



Naukowy Przegląd Dziennikarski

Journalism Research Review Quarterly

Recenzenci "Naukowego Przeglądu Dziennikarskiego" nr 1/2012:

Prof. UR dr hab. Wojciech Furman

Prof. dr Jose Alberto Garcia Aviles

Prof. UJ dr hab. Bogusław Nierenberg

Prof. UJ dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński

ISSN 2084-8064

REDAKCJA

Prof. UJ dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński (redaktor naczelny), dr hab. Wojciech Furman (z-ca redaktora naczelnego), dr Krzysztof Groń (sekretarz redakcji), dr Katarzyna Bernat, mgr Tytus Ferenc (odpowiedzialny za współpracę z przedstawicielami obszaru języka angielskiego), dr hab. Andrzej Kaliszewski, prof. dr hab. Maciej Kawka, mgr Joanna Kędra (odpowiedzialna za współpracę z przedstawicielami skandynawskiego obszaru językowego), dr Małgorzata Kolankowska (odpowiedzialna za współpracę z przedstawicielami obszaru języka hiszpańskiego), dr Paweł Kuca, dr Małgorzata Majewska, mgr Amelia Serraller, dr Karina Stasiuk-Krajewska, dr Paweł Urbaniak (odpowiedzialny za współpracę z przedstawicielami obszaru języka angielskiego), dr Magdalena Winiarska (odpowiedzialna za współpracę z przedstawicielami obszaru języka francuskiego).

Adres redakcji:

kazimierz-wolny-zmorzynski@wp.pl

wojciech.furman@wp.pl

kgron@poczta.onet.pl

Zakład Genologii Dziennikarskiej i Komunikacji Wizualnej Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego 30-348 Kraków, ul. prof. Stanisława Łojasiewicza 4.

Wydawca:

Towarzystwo Studiów Dziennikarskich, 35-959 Rzeszów, ul. Rejtana 16 C.

Zakład Genologii Dziennikarskiej i Komunikacji Wizualnej Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego 30-348 Kraków, ul. prof. Stanisława Łojasiewicza 4.

ISSN 2084-8064

Web Designer

lic. Mateusz Sobejko

Radca prawny:

mgr Maria Rączy-Jamróg

RADA NAUKOWA

prof. dr hab. Janusz Adamowski (Uniwersytet Warszawski, Polska),
prof. dr María Jesús Casals Carro (Instituto: Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid, Hiszpania),
prof. dr Miguel Carvajal Prieto (Universidad Miguel Hernández de Elche, Hiszpania),
prof. dr José Alberto García Avilés (Universidad Miguel Hernández de Elche, Hiszpania),
prof. dr José Luis González Esteban, (Universidad Miguel Hernández de Elche, Hiszpania),
prof. dr Daniel Cohen (Universidad Nacional de La Rioja, Argentyna),
ks. prof. dr hab. Leon Dyczewski (Katolicki Uniwersytet Lubelski, Polska),
dr Krzysztof Kaszuba (Małopolski Instytut Gospodarczy, Polska),
prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas (Uniwersytet Jagielloński, Polska),
prof. dr hab. Wiesław Godzic (Wyższa Szkoła Psychologii Społecznej w Warszawie, Polska),
prof. dr Octavio Islas (Internet-Cátedra de Comunicación Estratégica y Cibercultura del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, Meksyk),
prof. dr hab. Jerzy Jastrzębski (Uniwersytet Wrocławski, Polska),
prof. dr hab. Maciej Kawka (Uniwersytet Jagielloński, Polska),
prof. dr hab. Andrzej Kozieł (Uniwersytet Warszawski, Polska),
Dafne García Lucero (Universidad Nacional de Córdoba, Argentyna),
prof. dr Carlos Maciá (Universidad Carlos III de Madrid, Madryt, Hiszpania),
dr hab. Maria Magoska (Uniwersytet Jagielloński, Polska),
prof. dr Víctor Manuel Pérez Martínez (Universidad San Jorge de Zaragoza, Hiszpania),
prof. dr Gutemberg Medeiros (Universidade de São Paulo, Brazylia),
prof. dr hab. Ewa Nowińska (Uniwersytet Jagielloński, Polska),
prof. UJ dr hab. Bogusław Nierenberg (Uniwersytet Jagielloński, Polska),
prof. dr hab. Wiktor Pepliński (Uniwersytet Gdański, Polska),
prof. dr hab. Leszek Pułka (Uniwersytet Wrocławski, Polska),
prof. dr Denis Porto Renó (Universidad del Rosario, Bogota, Kolumbia),
prof. dr Michael Roither (Donau-Universität Krems, Austria),
prof. dr Raimo Salokangas (University of Jyväskylä, Finlandia),
prof. UJ dr hab. Teresa Sasińska-Klas (Uniwersytet Jagielloński, Polska),
prof. dr hab. Jerzy Snopek (Instytut Badań Literackich Polskiej Akademii Nauk, Polska),
prof. dr hab. Krzysztof Stępnik (Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej w Lublinie, Polska),
prof. dr hab. Jacek Sobczak (Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie, Polska).

Spis treści

Artykuły i rozprawy

Bogusław Nierenberg, <i>Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach</i>	5
Denis Porto Reno, <i>Reportajes transmedia para el "muy nuevo" periodismo</i>	22
Mateusz Zimnoch, <i>Fikcja jako prawda.</i> <i>Referencyjność reportażu ponowoczesnego</i>	44
Joanna Kędra, <i>Digitalization of photojournalism:</i> <i>An experiment, breaking news and self-expression</i>	67
Kazimierz Wolny-Zmorzyński, <i>Ocena i wartościowanie fotografii dziennikarskiej</i>	82

Recenzje

Leszek Pułka, <i>Utracona prywatność. U progu XX wiecznej ekspansji</i> <i>mediów</i> (Kazimierz Wolny-Zmorzyński).	92
Rafał Zimny, Paweł Nowak: <i>Słownik polszczyzny politycznej</i> <i>po roku 1989</i> (Magdalena Hodalska)	94
Joanna Podsadecka, <i>Gen ryzyka w sobie miał</i> (Kazimierz Wolny-Zmorzyński)	97

ARTYKUŁY I ROZPRAWY

Bogusław Nierenberg

ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI W MEDIACH¹

Rozważania dotyczące zasobów ludzkich w organizacjach medialnych rozpoczniemy od następującej anegdoty. Profesor Bob Gassaway z Uniwersytetu w Nowym Meksyku w jednej ze swoich monografii wspomina rozmowę, którą odbył z wydawcą dziennika z Missouri w kwestii zatrudnienia. Rozglądając się po gabinecie Gassaway zapytał swojego przyszłego szefa, ile osób pracuje w redakcji. „Cóż – powiedział powoli stary wydawca, pochylając się nad biurkiem – o ile wiem, mniej więcej jeden na trzech”².

Rozpatrując zarządzanie w perspektywie historycznej, można wskazać na rozmaite sposoby motywowania pracowników. Na ogół mamy do czynienia z motywowaniem za pomocą środków materialnych. U początków refleksji naukowej nad zarządzaniem menadżerowie byli przekonani, że im większa płaca, tym większa wydajność. Z kolei w nurcie behawioralnym zarządzania odkryto, że człowiek jest istotą społeczną i niekoniecznie, albo nie tylko, środki materialne motywują go do lepszej pracy. Czasami wystarczy lepsze traktowanie. Motywowanie, odnoszące się do zasobów ludzkich (w ujęciu HR) wtedy się sprawdzało, kiedy pracownicy byli zatrudniani zgodnie z ich wiedzą i umiejętnościami. Teoria Y odwoływała się ludzkiej potrzeby kreatywności i samorealizacji, a teoria Z do dialogu, w którym menadżerowie rozmawiają z pracownikami o misji organizacji i jej celach. Wydaje się, że teorie motywacyjne starają się wyjaśnić dlaczego jedni pracownicy wkładają więcej wysiłku w wykonanie danego zadania niż inni³.

A. H. Maslow wywodził motywacje ludzkie ze sformułowanej przez siebie piramidy potrzeb: „Wyraźnie ujawnienie się ich (potrzeb samorealizacji) możliwe jest po uprzednim zaspokojeniu potrzeb fizjologicznych, bezpieczeństwa, przynależności i uznania”⁴.

¹ Więcej na ten temat znajdzie czytelnik w monografii autora niniejszego tekstu *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.

² D. F. Herrick, *Media Management. In the Age of Giants*, Iowa State Press, Ames 2003, s. 67.

³ B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami...*, s. 153-176.

⁴ A. H. Maslow, *Motivation and Personality*, Harper & Bros., New York 1954, s. 80-92 [za:] D. F. Herrick, *Media Management. In the Age of Giants*, Iowa State Press, Ames 2003, s. 91.

Z kolei Kenneth Starck użył tej perspektywy badawczej do objaśnienia problemów dotyczących postaw etycznych dziennikarzy w Rumunii w latach 90. XX w. Tamtejsi dziennikarze brali łapówki, byli na usługach rządzących, słowem robili rzeczy, które amerykańscy dziennikarze uznaliby za nieetyczne. Jednak – jak pisze K. Starck – trudno przejmować się etyką, kiedy podstawowym zmartwieniem dziennikarza jest zapewnienie podstawowych warunków bytowania rodzinie⁵.

Dla wielu firm rozumowanie zaproponowane przez A. H. Maslowa było podstawą do myślenia o pracownikach jako ludzkich istotach mających swoje potrzeby i motywacje, a nie jak o bezmyślnych wyrobnikach. To widzenie zasobów ludzkich jest szczególnie uprawnione w organizacjach medialnych. Z tych przesłanek wydaje się wynikać jeden z popularniejszych w mediach sposobów zarządzania – zarządzanie przez cele (*management by objectives* – *MBO*). Jego istota polega na⁶:

1. postawieniu jasno sformułowanych, realistycznych celów;
2. ułożeniu planu działań, za pomocą którego ten cel ma być osiągnięty;
3. regularnych ocenach pracowników, którzy ten cel realizują;
4. modyfikowaniu planu działań, jeżeli zajdzie taka potrzeba.

Koncepcja ta została opracowana przez Petera F. Druckera w połowie XX w⁷. Za jej podstawowe przesłanki uznał on: konieczność ustanowienia celu, monitorowanie postępów w jego realizacji i eliminowanie porażek. Jednak najważniejszy był cel. W późniejszym okresie rozwinęto twórczo myśl P. F. Druckera, dodając element zaangażowania pracowników w określanie celów firmy, a także w ocenianie swojej własnej pracy⁸. Podstawową zasadą MBO jest, by menedżerowie oraz pracownicy jasno i w taki sam sposób rozumieli cele organizacji. Tak samo, jak powinni być świadomi swoich ról w osiąganiu tych celów. Wysiłek każdego, zarówno menedżera najwyższego szczebla, jak i pracownika na najniższym stanowisku

⁵ K. Starck, *Groping towards ethics in transitioning press system. The case of Romania*, "Journal of Mass Media Ethics" 1998, 14, s. 28-41.

⁶ D. F. Herrick, *Media Management. In the Age of Giants*, Iowa State Press, Ames 2003, s.92.

⁷ P. F. Drucker, *The Practise of Management*, Harper & Row, New York 1954.

⁸ MBO miało też swoich przeciwników. Jednym z nich był William Edward Deming. Uważał on, że *zarządzanie przez cele* czy *zarządzanie przez wyniki* jest błędne. Co starał się udowodnić w sformułowanych przez siebie 14 zasadach, które realizowane były w praktyce w Japonii i stały się jedną z przesłanek sukcesu gospodarczego tego kraju. Uważał on, że podstawą sukcesu jest *jakość* oraz *zarządzanie jakością*.

pracy, winien być mierzony sukcesami i porażkami w osiągnięciu celów organizacji. P. F. Drucker twierdził wręcz: „Efektywne zarządzanie musi kierować wizję i wysiłki każdego menedżera ku wspólnemu celowi, ku rezultatom jakich oczekuje”⁹.

Dla realizacji tego celu menedżer winien podjąć pięć podstawowych dla MBO działań¹⁰:

1. ustawić cel (cele) organizacji;
2. zorganizować grupę pracowniczą do jego (ich) wykonania;
3. zmotywować pracowników i dbać o odpowiednią komunikację w grupie;
4. mierzyć wyniki;
5. dbać o rozwój pracowników (czynić to w porozumieniu z nimi).

Wielu menedżerów, przy realizacji działań związanych z MBO, ma skłonność do chwaleń pracownika w kwestiach nie dotyczących obszaru związanego z jego zatrudnieniem. Kierujący często zachowuje się jak sędzia, który wydaje wyrok dotyczący pracownika. Wywodzi to z przekonania, że każdy woli być psuty pochwałami niż doskonalony przez krytykę. Badania potwierdzają, że w pierwszym przypadku pracownicy są lepiej usposobieni do zadań niż w drugim. D. F. Herrick stwierdza, że z jego doświadczenia wynika, że pracownicy, którzy są chwaleni mają lepsze wyniki niż ci, którzy są regularnie krytykowani¹¹.

W organizacjach medialnych na ogół pracują wysoce kreatywne osoby, a to może być jednym z najistotniejszych problemów dla menedżerów, którzy jako narzędzie zarządzania wykorzystają MBO. Osoby kreatywne są na ogół bardziej niezależne, bardziej pewne swoich racji, co w dużym stopniu wynika z talentu i umiejętności tychże osób. Większość takich pracowników źle znosi krytykę, a w konsekwencji rodzi oskarżenia zarządzających o brak zdolności interpersonalnych. Do kierowania tego typu pracownikami potrzebny jest menedżer o specjalnych predyspozycjach, osoba będąca dobrym psychologiem, która potrafi rozpoznać zmienne nastroje swoich pracowników: „Redaktorzy po raz pierwszy wdrażający proces MBO są zwykle zaskoczeni ile czasu trzeba poświęcić na to, by zrobić to dobrze. Omawianie pomysłów, dokumentowanie celów, koordynowanie ról i wyznaczanie realistycznych terminów jest zadaniem skomplikowanym i wymagającym wysiłku”¹².

⁹ P. F. Drucker, *The Practise of Management...*, s. 92.

¹⁰ Tamże, s. 94.

¹¹ D. F. Herrick, *Media Management. In the Age of Giants*, Iwoa State Press, Ames 2003, s.94.

¹² R. H. Giles, *Newsroom management: A Guide to Theory and Practice*, Media Management Books. Detroit 1988, s. 360.

Autor niniejszego tekstu opierając się na doświadczeniach amerykańskich opisuje sytuacje, w których porozumienie między pracownikiem a pracodawcą jest niemożliwe¹³. Zwolnienie pracownika to jedno z najmniej przyjemnych zadań menedżera, nie tylko medialnego. Harvey Mackay twierdzi nawet: „To nie ludzie, których zwalniasz uprzykrzają ci życie, tylko ci, których nie zwalniasz”¹⁴. Dennis F. Herrick wskazał na zasady, które winny towarzyszyć zwalnianiu pracowników. Nie wszystkie rady mają zastosowanie w warunkach europejskich, ale wiele jego spostrzeżeń jest istotnych i dla menedżerów medialnych mogą mieć także wartość praktyczną. Zwolnienie (łącznie z dyscyplinarnym) nie powinno być dla pracownika zaskoczeniem. Nie powinno do niego dojść, dopóki pracownik nie otrzyma formalnego ostrzeżenia i szansy poprawienia błędów, za które ma być zwolniony. Nazywane jest to „progresywną dyscypliną”. Wszystkie kolejne kroki pracodawcy winny być udokumentowane i zgodne z regułami prawnymi obowiązującymi w danym kraju¹⁵.

W USA w większość stanów stosuje się zasadę *employment-at-will*. Oznacza ona, że pracodawca może zwolnić pracownika jedynie z legalnego, zgodnego z prawem, powodu. Zaleca się, by w tym wielce stresującym momencie menedżer stosował następujące zasady¹⁶:

- winien się upewnić, że zna prawa swoje i pracownika w obrębie stanowego i federalnego prawa pracy, zanim przystąpi do procedury zwolnienia;
- spotkanie ze zwalnianym pracownikiem winno odbyć się dyskretnie, ale w obecności przynajmniej jednego świadka (najlepiej z działu personalnego – dotyczy to dużych firm), w małej firmie winien to być kolejny w hierarchii członek kierownictwa;
- pracodawca winien udzielić pracownikowi informacji o zwolnieniu, winna to być informacja jak najbardziej zdawkowa. Jeżeli pracownik będzie nalegał, by otrzymać zwolnienie na piśmie, należy założyć, że zamierza wystąpić na drogę prawną;
- podczas samej rozmowy dotyczącej zwolnienia nie należy przeproszać ani dyskutować na temat przyczyn zwolnienia. To jest moment, w którym ewentualnie należy zaproponować odprawę;

¹³ B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami...*, s. 153-160.

¹⁴ H. Mackay, *Swim with the Sharks without Being Eaten Alive*, Fawcett Columbine Book, New York 1988, s. 167.

¹⁵ D. F. Herrick twierdzi, że źle przeprowadzone zwolnienie pracownika może skutkować pozwem sądowym.

¹⁶ D. F. Herrick, *Media Management. In the Age of Giants...*, s. 82-83.

- po zakomunikowaniu o zwolnieniu należy nakazać pracownikowi, by natychmiast opuścił teren firmy, a jego rzeczy osobiste odesłać. Alternatywą jest, abyś ty lub pracownik ochrony, jeśli jest to duża firma, zaprowadził go do jego biurka, by mógł zabrać swoje rzeczy osobiste. Pozwolenie pracownikowi, by samotnie zabrał swoje rzeczy może spowodować jakieś jego działania na szkodę firmy, np. wykasowanie danych z komputera.

Zwalniany pracownik może wystąpić na drogę prawną i na ogół może też liczyć na ochronę związków zawodowych. John M. Lavine i Daniel B. Wackman wskazują na zasady, na jakich winno się współpracować ze związkami zawodowymi z organizacjach medialnych¹⁷. Wspomniani autorzy stwierdzają: „Niektórzy menedżerowie z oddaniem dążą do usunięcia związków ze swoich firm. Inni wierzą, że pełnią one ważną funkcję i umożliwiają efektywną współpracę ze zrzeszonymi pracownikami. Widzą związki zawodowe jako jeden z wielu sposobów porozumienia na linii pracownik–pracodawca. Jest to taki sam układ, jak każdy inny i tak samo posiada swoje plusy i minusy”¹⁸.

Jest rzeczą zastanawiającą, że związki zawodowe są zazwyczaj opisywane za pomocą terminów ekonomicznych, i to zarówno przez pracowników, jak i przez zarząd. Jednak – zdaniem amerykańskich badaczy – głównym powodem konfliktu na linii zarząd firmy – związki zawodowe jest kwestia kontroli. Związek zawodowy mieści się pomiędzy nadzorującym a nadzorowanymi. Zarząd organizacji medialnej stoi na ogół na stanowisku, że związki zagrażają prerogatywom przypisanym kierownictwu przedsiębiorstwa, zatem dezawuuują jego rolę w organizacji.

W sytuacjach konfliktowych pomiędzy zarządem a związkami najskuteczniejszą bronią tych drugich jest strajk. Związkowcy dysponują także innymi możliwościami. Pracownicy mediów mogą, na przykład, stanąć do walki z zarządem, wykluczając podjęcie strajku. W 2002 r. drukarnia „The Washington Post” zaprzestała zamieszczania notek o autorach artykułów. Zdarzało się też, że prezenterzy odmawiali występowania przed kamerami. Podstawowym zadaniem menedżerów podczas każdego strajku jest kontynuowanie wydawania gazety czy nadawanie programu telewizyjnego bądź radiowego. Pracujący są określani przez strajkujących mianem „łamistrajków”. W USA działa wiele firm prawniczych, które specjalizują się w łamaniu strajków i doradzaniu jak wygrać starcie ze związkami zawodowymi. Często straj-

¹⁷ J. M. Lavine, D. B. Wackman, *Managing Media Organizations*, Longman, New York 1988.

¹⁸ Tamże, s. 214.

kujący wydają „gazetę strajkową”, która ma być rodzajem konkurencji wobec ich macierzystej gazety i głosem sprzeciwu wobec dalszego jej publikowania bez strajkujących. Większość tego typu „gazet” kończy swą działalność w momencie, gdy zostanie osiągnięte porozumienie. Jeden z najgłośniejszych takich strajków odbył się w 1963 r. w Nowym Jorku i trwał 114 dni¹⁹.

Dla pracowników amerykańskich mediów podstawę prawną w konflikcie z pracodawcami stanowi art. 7 The National Labor Relations Act (NRLA) z 1935, znany również jako Wagner Act. Czytamy w nim: „Pracownicy powinni mieć prawo do samoorganizacji, formowania, przyłączania się, asystowania organizacjom pracowniczym, do wspólnych porozumień za pośrednictwem wybranej przez nich reprezentacji oraz do angażowania się w inne zbiorowe działania, mające na celu wspólne porozumienia”²⁰.

Wiele amerykańskich firm medialnych stara się nie dopuścić do powstawania związków, co zdaniem zarządu w dużym stopniu zapobiega ewentualnym konfliktom. Z tego też powodu amerykańscy pracodawcy chętnie korzystają z usług świadczonych przez pracowników za pośrednictwem sieci. Na ogół ci „pracownicy komputerowi” mają mniej roszczeniowe podejście do pracy od pracowników bezpośrednio zatrudnionych w redakcji²¹.

Rola związków zawodowych w przedsiębiorstwach medialnych w USA bywa oceniana rozmaicie przez badaczy. Nawet Peter F. Drucker miał w tej kwestii pogląd raczej ambiwalentny. W 1942 r. o roli związków zawodowych napisał: „Jest to antidotum na społeczne toksyny. Lecz nie jest to twórcza instytucja, ani też nie jest zaprojektowana jako taka”²². Po latach P. F. Drucker pozbył się wielu złudzeń co do większości związków zawodowych. Uważał, że ich konstytucyjne i społeczne cele często bywały kompromitowane przez ich metody działania. Przywódcy związkowi często załatwiali własne interesy, stawiając członków związku w sytuacji wymiany jednego tyrana w garniturze prezesa na innego w siedzibie związku. John E. Flaherty o tych obawach P. F. Druckera napisał: „Podobnie, jak w zarządzie korporacji, przywództwo związku zmieniało się w bezprawną, interesowną biurokrację, zajmującą się bardziej sprawowaniem władzy niż potrzebami i aspiracjami członków związku”²³.

¹⁹ D. F. Herrick, *Media Management. In the Age of Giants*, Iowa State Press, Ames 2003, s. 72.

²⁰ The Newspaper Guild, www.newsguild.org/mission/today.php; data dostępu: 14 marca 2010.

²¹ D. F. Herrick, *Media Management. In the Age of Giants...*, s. 73.

²² P. F. Drucker, *The Future of Industrial Man*, John Day, New York 1942, s. 295.

²³ J. E. Flaherty, *Peter Drucker: Shaping Managerial Mind*, Jossey-Bass, New York 1999, s. 43.

Należy jednak jeszcze raz podkreślić, że funkcjonowanie związków zawodowych w USA jest odmienne niż w innych regionach świata. Na przykład w realiach europejskich badania dotyczące funkcjonowania związków zawodowych w mediach nie zawsze są przydatne, ale bez wątpienia mogą być dobrym materiałem porównawczym. Choć należy zauważyć, że w Europie strajki w przedsiębiorstwach medialnych zdarzają się o wiele rzadziej niż w Stanach Zjednoczonych.

Należy jednak pamiętać, że zasoby ludzkie są jednym z najistotniejszych aktywów w organizacjach medialnych. Zarządzanie nimi polega najczęściej na docenieniu ich umiejętności i pozostawieniu dużego marginesu swobody w realizacji postawionych zadań. Autorzy monografii „Media Management. A Casebook Approach” przekonują, że: „Być może nic nie jest bardziej istotne dla pracowników branży medialnej, a co za tym idzie dla ich pracodawców, niż zdolność do tworzenia, konstruktywnego reagowania, czy dostrzegania znaczenia ich własnej pracy”²⁴. Sporą część sukcesu menedżer odniesie już w momencie, w którym zatrudni możliwie najlepszych pracowników, a następnie będzie im pomagał stać się jeszcze lepszymi. Obowiązują tu między innymi zasady, które opisał Collin L. Powell, (amerykański generał, sekretarz stanu w gabinecie George’a W. Busha) przy doborze współpracowników: „To, czego szukałem to inteligencja, umiejętność osądu i zdolność przewidywania i patrzenia na sprawy w szerszym kontekście. Wysoko ceniłem również lojalność, uczciwość, przedsiębiorczość, pasję, opanowanie, i konsekwencję działania”²⁵. Te rady wydają się także istotne dla menedżerów i sterników medialnych, choć opisanie ich roli w funkcjonowaniu organizacji medialnych nie jest sprawą prostą, bowiem na ogół każda osoba zarządzająca mediami ma silną osobowość i taką też (na ogół) osobowość mają ci, którymi kieruje. W celach badawczych dokonany analizy porównawczej. Do analizy wybrano dwa odmienne przypadki. Pierwszy to Greg Dyke, były dyrektor generalny BBC. Drugi to Kamil Durczok, redaktor naczelny Faktów TVN. W przypadku obu menadżerów da się wyróżnić pewne cechy wspólne: silne zorientowanie na sukces, dbałość o zespół, osiąganie celów możliwych tu i teraz i za taką cenę, która jest możliwa do zapłacenia oraz silną osobowość.

²⁴ A. Sohn, J. LeBlanc Wicks, S. Lacy, G. Sylvie, *Media Management. A Case Approach*, Lawrence Erlbaum Associates, New York 1999, s. 69.

²⁵ C. L. Powell, J. E. Persico, *My American Journey*, Random House, New York 1995, s. 355.

Greg Dyke – studium przypadku²⁶

Przypadek Grega Dyke'a, byłego dyrektora generalnego BBC jest znamieny i charakterystyczny dla menedżerów zatrudnionych w mediach publicznych, którzy w takiej czy innej formie są narażeni na naciski polityczne. Czasami jest to rodzaj bezpośredniej próby „ręcznego sterowania mediami”, wpływania na treści przekazów, a innym razem jest to wpływ kamuflowany troską o majątek publiczny bądź o równy dostęp do publicznego medium. Każdego menadżera, zarządzającego medium publicznym można zaatakować, iż nie realizuje „misji”, cokolwiek by to pojęcie miało znaczyć.

Powszechnie uznaje się, że BBC jest wzorem medialnej organizacji publicznej. I słusznie. Niemniej jednak należy pamiętać, że nic nie jest dane raz na zawsze, ani też nic nie spada z nieba. BBC o tę niezależność musiała walczyć. Pierwsza poważna próba pojawiła się już w 1926 r. podczas dziewięciodniowego strajku generalnego. Na mocy Wireless Broadcasting Licence z 1923 r. rząd brytyjski miał prawo do bezpośredniej ingerencji w program. Zwolennikiem takiego podporządkowania BBC rządowi był ówczesny minister skarbu Winston Churchill. Jednak premier Stanley Baldwin na taki krok się nie zdecydował. W trakcie strajku nie ukazywały się brytyjskie gazety (z wyjątkiem „The British Gazette”, należącej do W. Churchilla), a jedynym źródłem informacji dla Anglików stała się BBC. Był to dla korporacji pierwszy poważny sprawdzian obiektywizmu i bezstronności. Kolejne pojawiły się w trakcie II wojny światowej, konfliktu o Kanał Sueski w 1956 r., w czasie wojny o Falklandy w 1982 r. oraz w 2003 r., kiedy Wielka Brytania przystępowała do wojny w Iraku. Z tą ostatnią sprawą wiąże się z dymisją ówczesnego prezesa BBC Gavyna Davisa oraz dyrektora generalnego BBC G. Dyke'a²⁷.

Początkiem całej sprawy był materiał Andrew Gilligana, w którym dziennikarz BBC sformułował zarzuty wobec rządu brytyjskiego. Chodziło o rządowy raport, z którego miało wynikać, że Irak dysponuje bronią masowego rażenia. A. Gilligan twierdził, że zagrożenie ze strony Iraku jest wyolbrzymiane, a cały raport sfałszowany. Warto pamiętać, że raport był uzasadnieniem dla przystąpienia Wielkiej Brytanii do wojny w Iraku. Kiedy wyszło na jaw, że informatorem A. Gilligana mógł być inspektor ONZ w Iraku dr David Kelly, ten popełnił samobój-

²⁶ Omawiany przypadek został zaczerpnięty przez autora z jego monografii B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami...*, s. 161-165.

²⁷ S. Jędrzejewski, *Radiofonia publiczna w Europie w erze cyfrowej*, Wyd. Universitas, Kraków 2010, s. 75-77.

stwo²⁸. Powołana przez brytyjski parlament komisja Huttona wskazała na liczne błędy BBC oraz niewinność rządu w tej sprawie. Jednak opinia publiczna miała odmienne zdanie. Efektem tego, wbrew oczekiwaniom rządu, był wzrost zaufania do BBC i spadek popularności rządu Tony'ego Blaira.

G. Dyke, który był dyrektorem generalnym BBC w latach 2000-2004, po złożeniu dymisji opublikował książkę „Inside Story”, w której zarzucił premierowi Blairowi niekompetencję i kłamstwa w związku z wojną w Iraku. W kwietniu 2006 r. miesięcznik „Press” opublikował rozmowę z G. Dyke'em, w której ten dzieli się swoimi przemyśleniami na temat swojej pracy w BBC²⁹. Jego przemyślenia są tym bardziej istotne, że odnoszą się nie tylko sprawy A. Gilligana i wojny w Iraku, ale także do zagadnień związanych z zarządzaniem mediami publicznymi. W tym przypadku należy analizę odnoszącą się do G. Dyke'a podzielić na kilka zagadnień: 1. media a polityka; 2. pracownicy; 3. BBC jako marka; 4. zarządzanie; 5. przyszłość.

M e d i a a p o l i t y k a. G. Dyke w swoim czasie przyjaźnił się z premierem T. Blair'em i bywał na Downing Street. Jego poglądy polityczne były bliskie lewicowym. Co jednak nie oznacza, że G. Dyke dla swoich poglądów był gotów złamać standardy niezależności BBC. Najlepszym tego przykładem jest właśnie sprawa A. Gilligana. G. Dyke'owi zarzucono, że w tej sprawie złamał standardy, bowiem w BBC obowiązuje zasada, że materiały zamieszczane na antenie winny mieć potwierdzenie z drugiego źródła. Tymczasem materiał A. Gilligana wyemitowany w programie „Today” był oparty tylko na jednym źródle. G. Dyke od początku sprawy do samego jej końca bronił autora, argumentując: „W wypadku przecieków jest nikłe prawdopodobieństwo, że dotrze się do więcej niż jednego źródła. Materiał Gilligana przeszedł bardzo rygorystyczną procedurę w systemie redaktorskim BBC. A raport lorda Ruperta Butlera (oceniający działania wywiadu brytyjskiego w okresie przed inwazją na Irak, w lipcu 2004 r. – przyp. red.) potwierdził informacje zdobyte przez Gilligana”. Kiedy dziennikarz pyta G. Dyke'a o legendarną bezstronność BBC ten mówi: „Szczерze wierzyłem, tak jak ówczesny prezes BBC Gavyn Davies, że BBC jest niezależna od rządu. Byłem bardzo naiwny. Ale w porównaniu z innymi mediami publicznymi w Europie BBC jest nadal w miarę niezależna. Znam

²⁸ T. Dominiak, *48 godzin* (rozmowa z Gregiem Dyke'em, byłym dyrektorem generalnym BBC), „Press” 2006, nr 4, s. 57.

²⁹ Tamże, s. 57-59.

szefów hiszpańskich mediów publicznych, do których pewni ministrowie dzwonili codziennie³⁰.

W innym z wywiadów, którego w owym czasie udzielił G. Dyke, odnosząc się do sprawy A. Gilligana, stwierdził: „Jedynym moim celem była obrona BBC, jej niezależności redakcyjnej i działanie w interesie publicznym”³¹.

P r a c o w n i c y. Wspomniano już wcześniej, że G. Dyke bronił dziennikarza BBC, A. Gilligana. Obrona oparta była na solidnych podstawach, na przekonaniu dyrektora generalnego, że jego pracownik stosował się do wszelkich możliwych standardów dziennikarskich. W imię tych racji G. Dyke rozstał się ze swoim dotychczasowym środowiskiem politycznym argumentując: „...mam własne poglądy polityczne, ale zawsze byłem bardziej zainteresowany niezależnością dziennikarską niż niezależnością polityczną. Niestety, w tym kraju sposób prowadzenia polityki od dziesięciu lat określają ludzie działający w stylu Richarda Nixona czy George’a W. Busha – albo jesteście z nami, albo przeciwko nam. Gdy Blair wysłał do mnie list krytykujący nasz sposób relacjonowania wojny w Iraku, odpowiedziałem mu: «Przykro mi, ale Pan nie może oceniać naszej bezstronności», bo Blair rozumiał bezstronność jako popieranie jego wersji zdarzeń”³². Tę relację między dyrektorem generalnym BBC, pracownikami a politykami bodaj najtrafniej określił John Simpson, jeden z najlepszych korespondentów wojennych BBC: „...nie ma problemu, jeśli rząd wywiera nacisk na BBC. Kłopoty zaczynają się, kiedy nadawca ugina się pod ich presją”³³. G. Dyke nie ugiął się pod ogromną presją rządzących. Podał się do dymisji. Nic dziwnego, że pracownicy BBC, po jego odejściu w ogłoszeniu zamieszczonym w „Daily Telegraph” napisali, że żegnają szefa, który zawsze stawiał na dziennikarstwo „nie bojące się poszukiwać prawdy”³⁴.

B B C j a k o m a r k a. BBC jest jedną z najlepiej rozpoznawanych marek świata. Na swój brand stacja pracowała przez całe dziesięciolecie. Standardy przyjęte w BBC są wzorcem dla wielu organizacji medialnych na całym świecie. Kiedy zapytano G. Dyke’a o ten mit wyjątkowości BBC, tenże odpowiedział: „Co ciekawe, w ten mit wierzą politycy, którzy panicznie boją się BBC. Uważają ją za znacznie bardziej potężną organizację, niż jest w rzeczywistości. Ale

³⁰ Tamże.

³¹ *BBC apologises as Dyke quits*, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/3441181.stm; data dostępu: 12 marca 2011

³² T. Dominiak, *48 godzin...*, s. 57-59.

³³ Tamże.

³⁴ Tamże.

właściwie dotyczy to mediów w ogóle. Proszę zauważyć, jak udzielają wsparcia Murdochowi, gdyż boją się jego gazet, a zwłaszcza tabloidu „The Sun”, chociaż dziennik ten sprzedaje obecnie o milion egzemplarzy mniej niż w latach 90”³⁵.

G. Dyke ma świadomość potrzeby zmian, które wymusi na BBC gwałtownie zmieniający się świat mediów. Jednakże w żadnym razie – uważa G. Dyke – nie wolno rezygnować z mocnej i rozpoznawalnej marki jaką jest BBC. Jego zdaniem, tym co ochroni BBC przed zakusami polityków są wyborcy, którzy kochają swoją „cioteczkę”³⁶. G. Dyke przypomina przypadek Margaret Thatcher, która zwalczała wszelkimi jej dostępnymi sposobami instytucje finansowane ze środków publicznych, ale nigdy nie poważyla się w jakikolwiek sposób szkodzić BBC. Tym, co powstrzymywało *Iron Lady* była nie tyle obawa przed BBC, co strach przed jej wyborcami z południa Anglii.

Z a r z ą d z a n i e. G. Dyke uchodził w Wielkiej Brytanii za jednego z najlepszych menadżerów medialnych. Zaczynał w mediach komercyjnych, by następnie związać się z mediami publicznymi. Początek jego kariery to LWT (London Weekend Television). Szacowano, że w momencie przejęcia LWT przez koncern medialny Granada, G. Dyke zarobił ok. 7 mln funtów. Do BBC szedł zatem nie po pieniądze, ale by pokazać jakim jest menadżerem. Cztery lata jego rządów to był dobry czas dla BBC. Jego współpracownicy określali go mianem ryzykanta, ale w dobrym tego słowa znaczeniu. Odwagę podejmowania decyzji dawała mu zapewne niezależność finansowa, ale i doświadczenie wyniesione z zarządzania mediami komercyjnymi. G. Dyke nie bał się rzucenia rękawicy medialnemu gigantowi Rupertowi Murdochowi. Stworzona na bazie BBC platforma cyfrowa Freeview okazała się jednym z najbardziej udanych przedsięwzięć medialnych ostatnich lat w Wielkiej Brytanii. G. Dyke nie uległ też zarzutom krytyków, iż wykorzystuje publiczne logo do promowania komercyjnego przedsięwzięcia. Jego zdaniem stworzenie Freeview leżało w interesie publicznym. Jego wypowiedź podkreśla to *experssis verbis*: „założenie, że wolny rynek jest odpowiedzią na wszystko, jest w moim odczuciu kompletnie fałszywe i nie sprawdza się w gospodarce. Mamy ogromną liczbę regulacji w służbie zdrowia, edukacji, dlaczego nie mamy mieć regulacji w mediach?”³⁷. Zasluga G. Dyke’a była też decentralizacja korporacji. Część produkcji przeniósł z Londynu do

³⁵ Tamże.

³⁶ Brytyjczycy mówią o BBC „Auntie” bądź „Auntie Beeb” (*cioteczka*), by podkreślić swój sentymentalno-familiarny stosunek do narodowej korporacji medialnej.

³⁷ T. Dominiak, *48 godzin...*, s. 57-59.

Manchesteru. Szło mu o to, by także mieszkańcy północnej części kraju odczuwali równie silne związki z BBC, jak ci z południa.

G. Dyke miał świadomość, że BBC, jeśli idzie o zarządzanie ma wiele do nadrobienia. Jako przykład takiego niekompetentnego ciała podaje radę gubernatorów BBC. Był to odpowiednik rady nadzorczej działającej w polskich mediach publicznych; rada gubernatorów składała się z 12 członków. W 2007 r. Radę Gubernatorów zastąpił BBC Trust (rada powiernicza), ciało składające się także z 12 osób, powoływanych przez rząd, którego zadaniem jest nadzór nad BBC w imieniu społeczeństwa]. Zdaniem G. Dyke'a większość spośród 12 gubernatorów nie miała odpowiednich kwalifikacji zarządczych, ani odpowiedniej wiedzy dotyczącej zawodu dziennikarskiego, by zasiadać w tym prestiżowym gremium³⁸.

P r z y s z ł o ś ć. Według G. Dyke'a największa rewolucja czeka BBC w zakresie programów informacyjnych, bowiem „...zadaniem BBC jest udostępniać i umożliwiać odbiorcom oglądanie newsów na żądanie, kiedy tylko tego chcą. Cały problem tkwi w tym, że nieustanne informowanie przypomina pracę w fabryce i wymaga zmiany sposobu myślenia choćby osoby, która do tej pory pracowała nad wiadomościami BBC o godzinie 22”³⁹. Tym co wymusza zmiany jest Internet, bowiem w erze powszechnego dostępu do sieci „ludzie mogą dostać newsy, skąd chcą, kiedy chcą i jak chcą”⁴⁰. Zdaniem G. Dyke'a, w najbliższych latach Internet stanie się ważniejszy od obecnych całodobowych kanałów informacyjnych⁴¹.

Kamil Durczok – studium przypadku⁴²

Interesującym jest przypadek Kamila Durczoka, który został redaktorem naczelnym Redakcji „Faktów” TVN po Tomaszu Lisie. Wiesław Godzic K. Durczoka określił mianem celebryty niepewnego⁴³, w przeciwieństwie do Tomasza Lisa, którego nazwał celebrytą przymuszonym⁴⁴. Ale przedmiotem niniejszej analizy nie jest Kamil Durczok – dziennikarz, ale Kamil Durczok – menadżer. By uczynić obie sylwetki (G. Dyke'a i K. Durczoka) porównywalnymi,

³⁸ Tamże.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ Tamże.

⁴¹ Tamże.

⁴² Omawiany przypadek został zaczerpnięty przez autora z jego monografii B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami...*, s. 165-168.

⁴³ W. Godzic, *Prezenter, ekspert, celebryta* [w:] *Media audiowizualne*, red. W. Godzic, współpraca A. Drzał-Sierocka, Wyd. Akademickie i Profesjonalne; Wyd. SWPS Academica, Warszawa 2010, s. 308.

⁴⁴ Tamże, s. 303.

przyjęto podobną perspektywę analizowania: 1. media a polityka; 2. pracownicy; 3. organizacja medialna jako marka; 4. zarządzanie; 5. przyszłość.

M e d i a a p o l i t y k a. Przed przejściem do TVN, K. Durczok pracował 12 lat w telewizji publicznej (TVP). Jako prowadzący główne wydanie „Wiadomości”, programy publicystyczne „Forum” i w „Centrum uwagi” zdobył olbrzymią popularność u widzów. Jednakże praca w mediach publicznych to jak stąpanie po polu minowym. Nigdy nie wiadomo, która z sił politycznych przejmie nad telewizją kontrolę i na miejsce tamtych „swoich” postawi własnych „swoich”. To wielce niekomfortowa sytuacja dla dziennikarzy traktujących serio zawód, który uprawiają i przypisane do niego standardy bezstronności. Zapewne to oraz walka z ciężką chorobą sprawiły, że K. Durczok postanowił przejść do konkurencji, w mniejszym stopniu narażonej na koniunkturę polityczną. Kiedy 1 maja 2006 r. przejmował flagowy program informacyjny TVN-u dostał zapewnienie kierownictwa koncernu, że nikt nie będzie mu politycznie „meblował” programu. Dostał wolną rękę, zwłaszcza po tym, kiedy ujawnił szefom stacji podstawowy cel, który będzie przyświecał jego działaniom – wyprzedzić pod względem udziałów w rynku główne wydanie Wiadomości TVP.

P r a c o w n i c y. Dla K. Durczoka zespół, którym kieruje miał i ma duże znaczenie. Zwłaszcza, że przejmował zespół „Faktów” po Tomaszu Lisie, który ukształtował go wedle własnej wizji. Obecnie są w „Faktach” już tylko dwie osoby z zespołu, którym kierował T. Lis: Grzegorz Jędrzejowski i Grzegorz Kajdanowicz. K. Durczok podkreśla jednak życzliwość Tomasza Sekielskiego i Grzegorza Jędrzejowskiego, która pozwoliła mu stosunkowo bezkonfliktowo wejść do zespołu „Faktów”. Podkreśla, że przejmował zespół składający się z silnych osobowości, a do tego sprawnie działający. "Najgorsze co mógłbym zrobić – powiada K. Durczok – to próbować przeprowadzić jakąś własną rewolucję. Wiedziałem, że jeżeli będą musiały być zmiany to raczej ewolucyjne niż rewolucyjne. Przychodziłem do zespołu składającego się z silnych indywidualności, o ugruntowanych nazwiskach, sprawnego i zorientowanego na osiąganie sukcesów"⁴⁵.

K. Durczok spostrzegł, że był to zespół pozbawiony jasno określonego celu. I tym ich przekonałem – mówi K. Durczok – że możemy dopaść "Wiadomości", pokonać i objąć królestwo we władanie⁴⁶. I tym przekonał zespół. Stał się wodzem, który prowadzi żołnierzy do zwycięstwa. Szybko znaleźli wspólny język.

⁴⁵ B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami...*, s. 166.

⁴⁶ Tamże, s. 167.

"Zespół, którym obecnie kieruję – powiada K. Durczok – jest obecnie najlepszy na rynku. Myślałem kiedyś o jednym czy dwóch transferach z innych stacji, ale mi przeszło. Zespół Faktów jest obecnie najlepszym na polskim rynku newsów zespołem. Mógłbym oczywiście, gdybym dostrzegł jakąś gwiazdę na rynku medialnym namawiać kierownictwo koncernu do podpisania z nim czy nią kontraktu, ale obecnie nie widzę takiej potrzeby – mówi Durczok"⁴⁷.

T V N j a k o m a r k a. Dla K. Durczoka TVN to jedna z najlepszych marek medialnych w Polsce. A „Fakty” to jeden z filarów tej marki. Strategia którą obrał, polegała i polega na umacnianiu tej marki. Szefowie stacji wyposażyli go w „narzędzia”, dzięki którym może to realizować. Są to zapisy jego kontraktu, które umożliwiają mu przeprowadzenie jego własnej myśli programowej. Siłą rzeczy ani o tej myśli programowej, ani o strategii mówić nie może, bo to tajemnica handlowa i tajemnica jego kontraktu.

W strategii „Faktów” nie została zapisana ich misja, choć prace nad nią trwały stosunkowo długo. "Ale doszliśmy do wniosku, że wypracowywanie jej w codziennej pracy, w konkretnych przypadkach jest najlepszym działaniem – mówi K. Durczok. Mamy kodeks wewnętrzny, który pewnie jest zbieżny z większością dużych korporacji medialnych, elektro-nicznych na świecie. W dużym stopniu opiera się on na regułach obowiązujących w BBC, częściowo na Reutersie, ale na przykład zapisy Reutersa dotyczące obrazu były dla nas nie do przyjęcia, bowiem zakładały, że jakkolwiek obróbka materiału zdjęciowego jest karana wyrzuceniem z pracy. My, z wyjątkiem katastrof i innych tego typu zdarzeń, bawimy się obrazem, co czyni "Fakty" rozpoznawalnymi. To jest wręcz wpisane w warsztat i sposób myślenia reporterów. Obraz przemawia do widza i możemy z nim zrobić wszystko (poza jego deformowaniem), by jeszcze wyraźniej przemawiał do widza" – konkluduje K. Durczok.

Jednym z jego autorskich osiągnięć programowych było wymyślenie programu „Fakty po faktach”. Wydawało się, program będący niejako *post scriptum* do głównego wydania „Faktów” ma niewielkie szanse na powodzenie. Zwłaszcza, że czas jego emisji pokrywał się z czasem nadawania największego konkurenta „Wiadomości” TVP. Tymczasem program „chwycił”, a jego oglądalność stale rośnie. Stał się kolejną cegiełką budującą markę TVN.

Z a r z ą d z a n i e. K. Durczok zarządzał różnymi zespołami i ma duże doświadczenie w tym zakresie. Ale ma też świadomość własnych słabości wynikających z braku podbudowy teoretycznej w tym zakresie. Jego talent zarządczy bierze się stąd, że nie wstydzi się przyznać

⁴⁷ Tamże.

do tego, że podgląda jak inni zarządzają oraz tego, że potrafi się dystansować do własnych działań i zdobyć na refleksję nad własnym działaniem.

Kiedy pojawił się w zespole „Faktów” zaproponował partnerski model zarządzania. "Ale było też kilka spraw, które musiałem postawić na ostrzu noża – mówi K. Durczok, jednak starałem się te napięcia minimalizować już od samego początku. Zdawałem sobie sprawę z tego co oni sobie o mnie myślą «przychodzi inny facet, z innego podwórka, jeszcze niedawno się z nimi bił, a teraz ma nami kierować». Sprawa musiała być postawiona jasno: ja nie cofnę nogi, ale gramy w jednej drużynie" – dodaje K. Durczok.

Proszony o refleksję dotyczącą tego co charakteryzuje jego sposób zarządzania zespołem „Faktów” wskazuje na trzy zbiory⁴⁸:

1. stan posiadania – chodzi o ludzi i narzędzia, którymi dysponuje TVN;
2. strategia programowa – założona na taki program i na takich ludzi, jakich mają „Fakty”;
3. sfera intuicyjna – zdaniem K. Durczoka najtrudniejsza do opisanie; wg niego zbiór decyzji, które zostały przez niego podjęte w skute tego co nazywa się „nosem”, wyczuciem, umiejętnością zareagowania albo przewidywania pewnych rzeczy, ale których on sam nie potrafi zdefiniować, a które zostały podjęte na gruncie warsztatu, który nabywał w praktyce przez 22 lata.

Pytany o swoje priorytety w kwestii zarządzania wskazuje na naukę rozmaitych sposobów zarządzania, motywowania, a zwłaszcza motywowania w sytuacjach kryzysowych, rozwiązywania konfliktów. "To co pewnie w innych branżach jest elementarzem dla menadżerów, dla mediów jest nową, chłonną dziedziną. Mało kto się tym wcześniej w Polsce zajmował, czyli traktowaniem redakcji jako biznesu, którym się zarządza i tego się uczyć" – stwierdza K. Durczok⁴⁹.

P r z y s z ł o ś ć. W kwestii przyszłości K. Durczok znowu odwołuje się do potrzeby uczenia się. "Tym, co mnie obecnie zajmuje i czego się uczyć to sposobów zarządzania, zwłaszcza w kontekście przeniesienia się do sieci: Jak taka marka jak „Fakty” ma funkcjonować w sieci?" – mówi K. Durczok. Jednak według niego pojęcia takie jak ramówka czy *prime time* nie prędko odejdą w Polsce do lamusa, bowiem Polska to kraj, w którym konsumpcja telewizji jest zjawiskiem kulturowym, mający swoje silne zakorzenienie w obyczajowości Polaków.

⁴⁸ Tamże, s. 168.

⁴⁹ Tamże.

Przeniesienie do sieci programów informacyjnych jest nieuchronne, ale nie stanie się to już ani za chwilę⁵⁰.

Przedstawiona w niniejszym artykule analiza dotycząca zarządzania zasobami ludzkimi w mediach jest, jak się wydaje, jedną z niewielu w tym zakresie. Bo też obszar dotyczący zarządzania mediami jest na polskim gruncie nowym zagadnieniem. Stąd autor korzystał, z braku literatury i badań rodzimych, przede wszystkim z literatury anglojęzycznej. W Polsce właściwie dwa ośrodki naukowe podejmują badania w zakresie zarządzania mediami: Warszawa i Kraków. Wydaje się jednak, że trendy światowe oraz potrzeby własnego rynku medialnego przyczynią się do powiększenia liczby badaczy zajmujących się tymi zagadnieniami.

Bibliografia

BBC apologises as Dyke quits, http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/3441181.stm

Dominiak T., 48 godzin (rozmowa z Gregiem Dyke'em, byłym dyrektorem generalnym BBC), „Press” 2006, nr 4.

Drucker P. F., The Future of Industrial Man, John Day, New York 1942

Drucker P. F., The Practise of Management, Harper & Row, New York 1954.

Flaherty J. E., Shaping Managerial Mind, Jossey-Bass, New York 1999.

Giles R. H., Newsroom management: A Guide to Theory and Practice, Media Management Books. Detroit 1988.

Godzic W., Prezenter, ekspert, celebrity, w: Media audiowizualne, red. W. Godzic, współpraca A. Drzał-Sierocka, Wyd. Akademickie i Profesjonalne; Wyd. SWPS Academica, Warszawa 2010.

Herrick D. F., Media Management. In the Age of Giants, Iwoa State Press, Ames 2003.

Jędrzejewski S., Radiofonia publiczna w Europie w erze cyfrowej, Wyd. Universitas, Kraków 2010

Lavine J. M., Wackman D. B., Managing Media Organizations, Longman, New York 1988.

Mackay H., Swim with the Sharks without Being Eaten Alive, Fawcett Columbine Book, New York 1988.

⁵⁰ Tamże.

Nierenberg B., *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.

[Powell C. L., Persico J. E., My American Journey, Random House, New York 1995](#)

[Sohn A., LeBlanc Wicks J., Lacy S., Sylvie G., Media Management. A Case Approach, Lawrence Erlbaum Associates, New York 1999.](#)

Starck K., *Groping towards ethics in transitioning press system. The case of Romania*, "Journal of Mass Media Ethics" 1998, 14.

The Newspaper Guild; www.newsguild.org/mission/today.php

Denis Porto Renó¹

REPORTAJES TRANSMEDIA PARA EL “MUY NUEVO” PERIODISMO

Introducción

El campo de la comunicación, incluso el Periodismo, sufre innumeradas alteraciones desde el surgimiento de la tecnología digital y sus consecuentes evoluciones. La Internet, la telefonía celular y los recursos digitales tienen provocado en la sociedad y en la práctica del sector distintas singularidades que contemplan una característica fundamental y postmoderna, de acuerdo con los conceptos de Bauman (2001): una sociedad líquida e individual.

A través de dispositivos móviles, la producción de noticias gana fuerza y se torna más accesible, pues, además de captar las imágenes, algunos equipos de telefonía celular, también ofrecen al periodista la posibilidad de publicar sus noticias en tiempo real, y en ambientes de distribución accesibles por Internet, con especial atención a la blogosfera, como discuten Dan Gillmor (2005) y Henry Jenkins (2009), esto último dedicado a la narrativa transmedia. Entre tanto, la característica más expresiva de estos medios es la movilidad, discutida de forma innovadora por Marc Augé (2007).

La comunicación, sobre espacios para difusión de contenidos, ganó un nuevo apoyo desde la web 2.0., especialmente con los blogs y el YouTube, gracias a la creación de canales comunicacionales particulares, pero también abiertos al público en general. A partir de esta arquitectura comunicacional es posible que una persona o grupo pueda tener su propio

¹ Periodista, magister y doctor en Comunicación Social por la Universidade Metodista de São Paulo (Brasil) y postdoctorado en Periodismo Transmedia por el depto Periodismo II de la Universidad Complutense de Madrid, desarrolla investigación postdoctoral sobre el tema *Touch* Hiperperiodismo por el depto de Comunicacao e Artes de la Universidade de Aveiro (Portugal). Es profesor asociado de carrera del Programa de Periodismo y Opinión Pública de la Escuela de Ciencias Humanas, Universidad del Rosario (Colombia). Es miembro-fundador de la Red Transmediaticos, Red INAV y Red ICE – Información, Comunicación y Educación. Teléfono: 313 830 5881. E-mail: denis.porto.reno@gmail.com

canal de comunicación, como layout específico y una oferta de contenido de acuerdo con sus intereses y realidades.

Esto nuevo espacio también cambió el modelo de los visitantes para usuarios/participantes, al presentar la posibilidad de intervenir en las discusiones de los contenidos, que resulta en la interactividad. A través de esto, hay participación por el interés de los grupos involucrados, que acaban por reconducir las discusiones.

Otra posibilidad con este nuevo aporte tecnológico ha sido la exhibición o creación de canales audiovisuales personales, institucionales o por grupos en la red, que permitieran crear sus espacios y exhibir sus contenidos sin costo ninguno, es decir, sin tener que crear un espacio virtual con su propia tecnología. Una de estas posibilidades está en el YouTube, donde es viable crear un canal de exhibición sin costo y relacionar los videos a los blogs, es decir, los grupos pueden crear un mensaje hipermedia, con narrativa horizontal y con la posibilidad de interactividad, así como la oferta de una construcción de programación para los usuarios, de acuerdo con las ideas de Lorenzo Vilches (2003) sobre la “nueva televisión” con la migración digital, donde las personas quieren crear sus propios contenidos o programaciones.

La blogosfera es la línea de una nueva realidad para los contenidos comunicacionales. Sin duda, los espacios virtuales abiertos por la blogosfera y la red de comunicadores ofrecen una mayor difusión de estos contenidos, así como el punto de vista de los productores. Además, ahora hay un coautor de las producciones, es decir, el lector/usuario, que no solamente lee lo que fue producido, sino también comenta y distribuye a sus pares, por las redes sociales, especialmente por el Twitter.

Pero esto solo es posible gracias a la web 2.0., que presentó la posibilidad de tener una mayor condición de interactividad y participación en la elaboración y distribución de contenido por la internet. Estos contenidos son producidos por la sociedad, que se organiza de acuerdo con sus intereses compartidos (CASTELLS, 1999).

Estas redes por su parte, son creadas de acuerdo con los deseos de los usuarios involucrados, desarrollando contenidos digitales, proporcionados por las tecnologías, y que ahora posibilitan una participación directa de estos en los procesos de producción. Es una característica de la sociedad postmoderna, que ahora quiere una participación en los

procesos comunicacionales. Una evolución de la Internet que provocó un cambio en la definición social (CAMBRA GONZALES, 2007).

Entre todos los lenguajes disponibles para la web 2.0. La que tiene el más fuerte alcance entre los usuarios, pues presenta una mayor proximidad con la realidad, por ofrecer imagen en movimiento junto con sonido y efectos presentes en las comunicaciones naturales, incluso, es el lenguaje audiovisual. Ahora, con la web 2.0., un contenido audiovisual es capaz de provocar una repercusión de un acontecimiento por sí mismo, lo que amplía la participación de la sociedad en esto proceso, no solamente por los periodistas y reporteros. Además los espacios fueran ampliados, así como la democracia de la información.

Entre los nuevos espacios, merecen destacar los sitios de redes sociales, como el Facebook y los blogs, incluso el microblog Twitter, que poseen una pertinente difusión y ofrecen recursos comunicacionales innúmeros para su utilización. Estos espacios, denominados por Augé (2007) como no-locales, son un espacio de encuentro de los grupos sociales, cada vez más frecuente por contenidos de narrativa transmedia.

Dan Gillmor (2005) define la sociedad contemporánea, cuando posee dirección en la blogosfera, como los dueños de la media. A partir de la posibilidad de construir un espacio virtual en la blogosfera, el usuario deja de ser receptor y pasa a ser emisor activo, y el lector, por su parte, asume el papel de colaborador, o coautor del contenido (RENÓ, 2011). Así, el lector también es detentor de la media.

Entre los nuevos medios y los nuevos lenguajes, surge el concepto de narrativa transmedia, que tiene sus orígenes en el concepto de intertextualidad mezclada con el concepto hipermedia, como presenta Marsha Kinder (1991) en su primer aporte sobre el tema. Este lenguaje gana fuerza expresivamente en el campo de la comunicación, esencialmente en la ficción, pero también tiene espacio en el periodismo.

Propongo una reflexión sobre el Periodismo Transmedia, que viene a ser una forma de lenguaje periodística que contempla al mismo tiempo distintas medias, con demasiados lenguajes y narrativas a partir de muchos medios para usuarios variables, gracias a la interactividad en la recepción del mensaje. Por tanto, son adoptados recursos audiovisuales, de movilidad e interactivos y su difusión a partir de medias distintas, como los blogs y las redes sociales.

El diferencial del Periodismo Transmedia es que con esta narrativa podemos aprovechar las posibilidades comunicacionales presentes en la sociedad postmoderna, donde la

movilidad y la liquidez de estructuras, o sea, la interactividad, asumen papeles importantes en el campo de la comunicación, como involucrar y atraer el receptor para la interpretación participativa del mensaje.

Esto viene a complementar el concepto de narrativa transmedia, difundido intensamente por Jenkins (2009), observado por Scolari (2008) y adoptada por distintas líneas de investigación actualmente. Para tanto, es fundamental imaginar un guión de noticia, desarrollada a partir de un texto base para una lectura proyectada con la ayuda de un Flujo grama Algorítmico Circular Rizomático (RENÓ, 2011), de acuerdo con los conceptos de rizoma defendido por Deleuze. En esta estructura, es posible y viable la relación entre todos los fragmentos comunicacionales (video, foto, link, texto) presentes en la estructura hipermedia ofrecida por el texto base. De esta forma, la navegabilidad es ofrecida para el coautor de la construcción narrativa: el lector.

Pero la esencia de la narrativa transmedia esta en verdad, en el campo de la práctica de reportajes, por su riqueza de contenidos y de construcción narrativa, así como en el tiempo de producción de este género, que posibilita una mejor arquitectura textual. Por esto, la propuesta es estudiar cómo es posible hacer a partir de un método, la construcción de reportajes apoyadas en la narrativa transmedia. Conocer sobre la práctica del reportaje demostrando lo fascinante para quien estudia comunicación, o Periodismo, y fundamental para el desarrollo de este estudio. Lo mismo pasa con el concepto de intertextualidad, que en el campo de la lingüística se posiciona con una riqueza narrativa casi incomparable. Intertextualidad es la base de la narrativa transmedia, adoptada en este estudio.

El objetivo de este estudio fue analizar, descubrir y evaluar el papel de la blogosfera y de las nuevas tecnologías digitales sobre la producción y la publicación de noticias, con la agilidad y la movilidad ofrecidas, además por lenguaje narrativa transmediática. Por tanto, fue creado un blog para ser utilizado como espacio de experimentación de producción, publicación y circulación de noticias con estructura transmedia a partir de un teléfono celular. El equipo escogido, después de experimentar diversos modelos, fue un iPhone 3GS, con aplicativos específicos para producción de contenido audiovisual, edición de imágenes y publicación en blogosfera y redes sociales. A partir de este estudio, fue viable mensurar las posibilidades de producción periodística a partir de teléfonos celulares para la Internet, detectando incluso, las actuales limitaciones. Entre las posibilidades, fueron explotados lenguajes hipermediáticas (LANDOW, 2009), a partir de la utilización de videos y fotos

totalmente producidos por el teléfono, incluso la edición de video. El proceso de publicación y circulación de contenidos también fue realizado a partir del teléfono, gracias a las redes sociales.

Conceptos de reportajes

El periodista es un contador de historias, efectivamente, no importa lo que haga, cuál es su género o media que trabaja. Su oficio es contar lo que pasó. La diferencia de otros contadores de historia es que el periodista cuenta una historia verdadera, o discute sobre algo que pasó, o creen que pasó. Si no siempre tenemos la seguridad sobre lo que pasó, como por ejemplo la llegada del hombre a la luna. Muchos dicen que los astronautas de la Apolo 11 a la luna en 20 de julio de 1969, incluso la prensa. Pero la propia prensa viene tentando desmitificar el viaje hace un tiempo, presentando datos que denotan lo contrario, es decir, no llegaron a lugar ninguno. Son historias contadas a partir de un factor que no sabemos lo que pasó, de verdad.

Pero, dentro de este escenario, el contar historias, existen géneros distintos que posibilitan al periodista su oficio. Su trabajo puede ser desarrollado a partir de textos informativos, donde la objetividad es suprema. También podemos mirar historias de periodistas en textos del género de opinión, a partir de artículos que discuten, a partir de una mirada real, algo que se pasó, pero con los puntos de vista del periodista autor. Entre todo esto aún tenemos textos con distintos lenguajes, como por ejemplo una narrativa literaria. En este momento, un género nos interesa comprender y estudiar: el reportaje.

Los estudios sobre reportaje apuntan para el mismo reto, casi siempre, con pocos cambios de mirada. Para algunos, como Rafael Yanes (2004: 195):

Existe un género periodístico que contiene en su texto – o puede contener - , todos y cada uno de los demás géneros. Es informativo, pero también de opinión. Puede tratar de la actualidad, aunque también permite la inclusión de algún texto de creación. Muchos autores lo consideran un híbrido entre los escritos informativos y los interpretativos, pero realmente se trata de la fusión de todos los géneros periodísticos. Es el reportaje.

Su diferencia sobre los demás géneros periodísticos está, exactamente, en el campo de la objetividad. Es un texto más subjetivo que los otros, pues no necesita hablar mucho en pocas palabras. Además, no vive el imperialismo del *lead*, aún que lo tenga en su estructura. En verdad, toda noticia tiene *lead*, pero no necesariamente como define la escuela de los EE.UU., es decir, el concepto de pirámide. En un reportaje, podemos hacer una construcción de *lead* más flexible, incluso con una distribución de contenido por todo el texto, llamado "*pirâmide deitada*" por João Canavilhas (2006) y comúnmente adoptado en la noticia por la internet. Además, en el reportaje existe la interpretación del autor. Es un texto noticioso y autoral al mismo tiempo. Son innumerables los casos donde el reportaje es referenciado por la autoría, y no solamente sobre el tema abordado.

La pirámide invertida no combina con el reportaje (no voy a empezar la discusión sobre esto en el trabajo, pues no es su propuesta, pero tampoco se justifica en el periodismo). La idea de adoptar el concepto de pirámide es justificada por teóricos como una forma de garantizar la imparcialidad y la objetividad, mismo que en detrimento de la narrativa. Pues el teórico brasileño Nilson Lage (2003; 24) entre otros innúmeros teóricos, declara que "al contrario de cualquiera máquina, agentes humanos, como los reporteros, tienen su propia tendenciosidad".

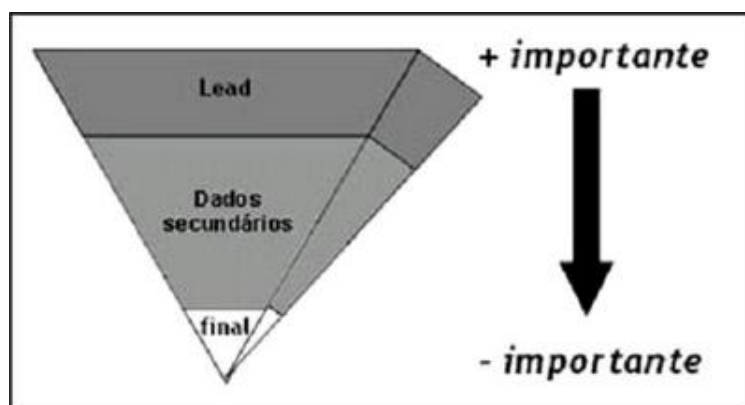


Figura 1 – Pirámide invertida (modelo tradicional)

Si la tendenciosidad existe, entonces no sirve de nada el concepto de pirámide invertida, como defiende Canavilhas (2006) en otras palabras. Entonces, seguimos en este trabajo con la idea de que el reportero es un contador de historias, y el reportaje es la forma más libre de contar las historias o presenciadas o apuradas por los reporteros. El reportero

interpreta el acontecimiento y transfiere los datos al texto. Aun así, tenemos que llevar en cuenta que “la interpretación explícita del periodista es una característica propia, pero sin olvidar que además es informativo” (YANES, 2004; 196). Canavilhas denomina la nueva jerarquía de la noticia como pirámide “deitada”, es decir, una construcción horizontal de la noticia a partir de una división de contenidos importantes por todo el texto, y no solamente en el principio del mismo. Para Canavilhas (2006), si hacemos una construcción jerárquica, tenemos pocas posibilidades de navegabilidad, en cuanto una distribución horizontal ofrece navegabilidad, es decir, interactividad.

Una estructura de reportaje es horizontal, pues tenemos que compartir todo y dejar para que el lector pueda mirar el contenido y escoger lo que es importante y lo que no es tan importante para su interpretación de la información. El reportaje es un texto lúdico, donde la interactividad cognitiva existe de forma intensa.

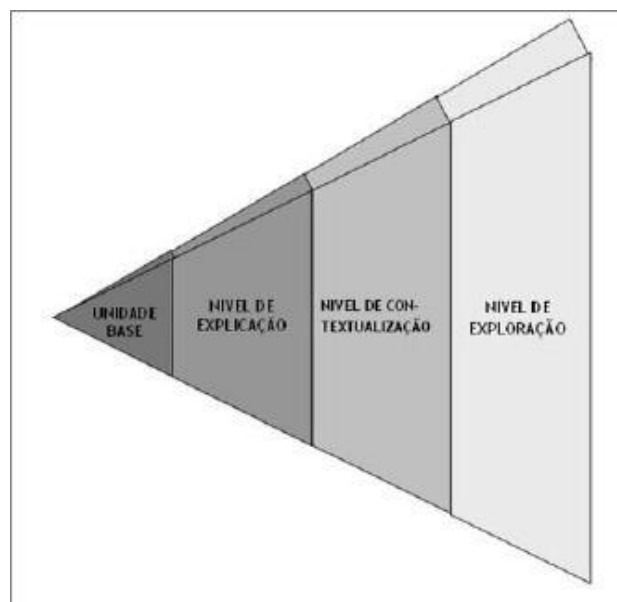


Figura 2 – Pirámide “deitada” (modelo João Canavilhas)

Mientras tenemos estos datos sobre reportaje, tenemos que llevar en cuenta que algunos periodistas y académicos definen el género con distinciones, como por ejemplo textos informativos de una forma y de opinión de otra. Para ellos, no son la misma cosa. Según Yanes (2004; 196-197), existen corrientes que defienden el reportaje como un texto libre de creación con recursos literarios. Al mismo tiempo, es un texto que resulta de una

búsqueda de la información, y no solamente suscita lo que pasó. El reportero, en el sentido de productor de reportajes, es un constante investigador de acontecimientos.

El reportaje es un texto con contenido profundizado en el campo de la información. El reportero hace sus procesos de apuración de forma superior a la noticia común, que presenta nota sobre algo que sucedió, algunas veces sin poder apurar correctamente, hasta por la velocidad que impone la sociedad y los actuales vehículos de prensa. Además, Yanes (2004; 197) argumenta que “la tendencia del periodismo en la actualidad se encamina al reportaje profundo, y la noticia, sin más, va dejando paso al periodismo interpretativo”.

Otros puntos de vista son presentados sobre el reportaje. Martínez Alberto (1983) defiende la existencia del reportaje objetivo, que tiene como característica un texto que contiene información, como la noticia convencional, pero con una mayor libertad de redacción, incluso con trazos literarios.

Mientras, lo que podemos decir es que reportaje tiene una característica que no cambia, por más puntos de vista existan: el reportaje es una forma especial de contar una historia, de tornar pública una información, de llevar a la sociedad temas de interés público. El reportaje es la esencia del periodismo hecho con tiempo, con pasión y, además, con ganas de hablar con la sociedad.

Aún que existan distintos puntos de vista sobre el reportaje, como apunta Yanes (2004), sabemos que el género es periodístico en la esencia. La primera discusión existe sobre el tema género, pues algunos teóricos creen que el periodismo no es dividido entre tipos. Sobre el tema, el teórico portugués radicado en Brasil, Manuel Carlos Chaparro (1998; 100) defiende que la existencia de géneros periodísticos es un falso paradigma, pues el periodismo no se divide, pero se construye con informaciones y opiniones. De verdad, el periodismo es un poco esto, una mezcla de informaciones que construyen una noticia, y no solamente una única publicación es capaz de hacer esto. La sociedad recibe la información a partir de distintos discursos, y hace una intertextualidad cognitiva para comprender lo que pasa, en realidad, sobre el tema publicado. Lo mismo defiende Conceição Kindermann (2002), para quien no se puede delimitar el género en la práctica periodística.

Por fin, sobre periodismo interpretativo, tenemos el reportaje en profundidad, que tiene como misión informar lo que la noticia o el reportaje como noticia ampliada no fueron capaces de informar. Trabaja con informaciones contextualizadas, para que el receptor

pueda interpretar de forma más amplia, pero sin adoptar como objetivo la argumentación, aún que exista de forma más sutil.

Pasa que el tema es mucho más complejo que parece. Por esto, hay otros importantes apuntes sobre el género, específicamente sobre reportaje. Rafael Yanes (2004), por ejemplo, presenta la existencia de un tipo de reportaje interpretativo, que se resume en la más destacada variante del Nuevo Periodismo, propuesto por Tom Wolfe. Y complementa:

El reportaje engloba al resto de formas periodísticas, aunque no es la suma de ellas, sin un texto con características propias. Lo podemos definir como “un género periodístico informativo que contiene la interpretación explícita de su autor, que, con estilo literario, firma un texto que se caracteriza por la posible admisión en su cuerpo de cualquier otro género”. (YANES, 2004; 198)

Percibo que clasificar el reportaje es algo muy complicado, pues si hay una característica que marca este género es su libertad estructural, aún que tenga algunos parámetros a respetar. Yanes (2004) defiende que en un reportaje podemos contemplar noticias, entrevistas, artículos, El autor es libre para construir el tema como quiera, sin imposiciones. Pero algunos teóricos, como Martínez Albertos (1983), defienden una estructura sólida, que es presentada con la construcción en la secuencia de Lead, Cuerpo de texto y Conclusión.

Son discusiones que no cierran en esto punto. Hay muchos debates sobre el tema. Recordemos que João Canavilhas (2006) defiende la no necesidad de tener una pirámide invertida, pero lo que propone Martínez Albertos sigue la pirámide. Es importante observar la fecha de defensa de esto por Martínez Albertos y por Canavilhas. En cuanto Martínez Albertos lo hace en 1983 (antes de la llegada de la narrativa hipertextual digital), Canavilhas hace esto a partir de una mirada postmoderna, líquida, en 2006, ya con la web 2.0., incluso.

Aún sobre el tema, José Javier Muñoz (1994; 35 apud Yanes, 2004) argumenta que la estructura del reportaje es siempre libre y compleja, incluso por la libertad, y porque es necesario construir con gran calidad el subtítulo, antetítulo, sumario y ladillo. Además, porque en el texto se suman datos, informes, testimonios, coincidencias, anécdotas y circunstancias aclaratorias, en conjunto con info gráficos. Y complementa: (...) el reportaje no utiliza el lenguaje aséptico de los géneros informativos, ya que contiene

adjetivos, está elaborado con estilo literario, y el periodista aporta sus valoraciones de forma abierta”.

En contrapartida, el teórico Eduardo Ulibarri (1994 apud Yanes, 2004) argumenta que el reportaje es un núcleo que reúne varios contenidos relacionados con el pasado, el presente y el futuro del tema, haciendo una reflexión avanzada sobre el acontecimiento. Pero, aún así defiende que exista una estructura básica para si obtener un buen reportaje, compuesta de entrada (cuando se hace un texto para atraer al lector), cuerpo del texto (donde se desarrolla la historia), las transiciones (que hacen las conexiones entre todo lo que se informa en el reportaje) y el cierre (cuando si concluye el tema, o provoca para otras lecturas). Con estos cuatro puntos y creatividad es posible hacer un buen reportaje, para el autor.

Pero, ante todos los argumentos teóricos, lo que sigo en este trabajo es la propuesta de Rafael Yanes (2004), para quien el reportaje, aún que sea un complejo y libre género narrativo, presenta, básicamente, cuatro modelos de reportaje: reportaje objetivo, reportaje retrospectivo, reportaje de profundización y el reportaje de investigación (aún que la investigación sea la esencia de la práctica periodística).

Para el autor, el reportaje objetivo tiene como características básicas la construcción de sus argumentos a partir de encuestas o datos numéricos sacados a partir de informes (YANES, 2004; 209-210). Es un reportaje un poco más próximo de la objetividad absoluta, acompañada de declaraciones y entrevistas para consolidar la argumentación. A partir de esto, el lector tiene condición de evaluar las informaciones y hacer su interpretación.

Mientras estas definiciones, Yanes (2004; 210-213) presenta como reportaje retrospectivo como el modelo que apoya su argumentación a partir de datos recuperados del pasado. Es decir, para contextualizar la información presente o proponer una reflexión sobre el futuro, el periodista busca en el pasado informaciones relevantes y que tengan que ver con el acontecimiento para que el lector pueda comprender o al menos reflexionar sobre el tema. Es un modelo más historiador y menos informativo, mientras tenga información.

El tercer modelo, reportaje de profundización, es definido por el autor como “(...) aquel en el que su contenido aporta nuevos datos que revelan aspectos concretos de las noticias que últimamente han estado en las primeras páginas de los periódicos” (YANES, 2004; 214).

En verdad, es un complemento de lo que ya fue presentado por las noticias o por reportajes objetivos. El reportero que desarrolla este modelo tiene más tiempo para apurar los datos, buscar otras informaciones y, además, estudiar el tema, para que el lector pueda no solamente dar cuenta sobre lo que pasa, o comprender lo que ya pasó sobre el tema, pero también traer nuevas informaciones, con frecuencia repercusiones sobre el acontecimiento, para después llegar a una definición o interpretación personal (o colectivamente personal, ya que la noticia sigue para todos de forma masiva, y sigue lo que define la *agenda setting*, es decir, habla casi lo que hablan los otros periódicos.

Por fin, Yanes (2004; 215-220) presenta el último modelo de reportaje, denominado reportaje de investigación. Es redundante el nombre, pues el periodismo no sobrevive sin la investigación, aún que sea una nota sencilla o una noticia convencional. El reportaje investigativo, entre tanto, es algo adelante de la investigación de otros modelos periodísticos. El modelo se relaciona con el periodismo investigativo, donde existen modelos de profundidad en el campo investigativo. Para esto, es desarrollado lo que Nilson Lage (2003; 153-154) define como RAC, o Reportaje Asistida por Computador. En este formato de evaluación

y apuración de datos, el reportero investigador adopta técnicas instrumentales para hacer su trabajo con seguridad. Es necesario conocer no solamente conceptos periodísticos y lingüísticos, pero también estadística, pues si trabaja con planilla de cálculos, saber se organizar a partir de base de datos (para guardar los datos colectados con organización), entre otras formas de trabajo que superan el periodismo convencional.

Con todo estos puntos, llego a la conclusión que el reportaje es el topo de la actividad periodística. Es la actividad más completa y compleja del labor. El reportaje es intertextual entre sí, pues convive y dialoga con otros géneros periodísticos. El dialogo ocurre en un único periódico, o en un tema publicado por distintos géneros, cada uno de ellos con su lenguaje, sus características y sus objetivos. Además, ocurre entre una única publicación, a partir de distintos lenguajes en el reportaje. Al mismo tiempo, llego a la conclusión de que el reportaje es un género transmedia, pues posee en un único tema, distintos lenguajes, a partir de distintas plataformas, que en conjunto construyen la narrativa final, es decir, el texto pasa una información, mientras la fotografía pasa otra, y de forma distinta el info gráfico ofrece una tercera información, en cuanto el diseño gráfico presenta una información que los otros tres tampoco pasaran. Al final, el lector del reportaje tiene su

conclusión cognitiva. El desafío ahora es saber cómo construir una narrativa de reportaje para los medios digitales, donde hay otros dos puntos a considerar: la interactividad y la circulación de noticias por redes sociales. Esto es el tema del próximo capítulo de este estudio, que presentamos no solamente a partir de una mirada teórica y reflexiva sobre el reportaje, pero también a partir de datos descubiertos en el experimento realizado en línea sobre el tema de estudio. Por fin, presento la propuesta de producción de reportajes para ambientes multimedia y por un lenguaje transmediático.

Periodismo transmedia

El periodismo transmedia viene a ser una forma de lenguaje periodística que contempla al mismo tiempo distintas medias, con varios lenguajes y narrativas a partir de innumerables medios y para una infinidad de usuarios. Para tanto, son adoptados recursos audiovisuales, de comunicación móvil y de interactividad en la difusión del contenido, incluso a partir de la blogosfera y de las redes sociales, lo que amplía de forma considerable la circulación del contenido. Además, la telefonía celular es una herramienta fundamental para garantizar la movilidad y la instantaneidad del proceso de construcción narrativa, aunque para hacerlo sea necesario producir un guión transmediático.

La diferencia del periodismo transmedia sobre las otras formas de narrativa periodística es que con la narrativa transmedia es posible aprovechar las posibilidades comunicacionales presentes en la sociedad post-moderna, donde la movilidad y la liquidez de estructuras, o sea, la interactividad, asumen papeles importantes en el campo de la comunicación, como lo de involucrar y atraer al receptor para la interpretación participativa del mensaje. Esto es uno de los puntos necesarios para observar una estructura transmedia: la expansión de la narrativa a partir de la interactividad.

Para empezar a desarrollar la discusión sobre el periodismo transmedia, tenemos que definir conceptos y características básicas del espacio digital, pues es el ambiente propuesto en este estudio. Así, propongo adoptar como parámetro las 10 características básicas presentadas por José Luis Orihuela (2004):

1. El usuario es parte del proceso, y no solamente una audiencia pasiva;
2. Los medios venden contenido y no soporte;
3. El lenguaje es multimediático, con innumerables canales;

4. El contenido es producido en tiempo real y no diario o semanal;
5. El espacio de datos es ilimitado, sin limitación de tiempo u espacio;
6. El medio es autónomo y dispensa el *gatekeeper* y la *agenda setting*;
7. El proceso comunicacional es de muchos para uno y de muchos para muchos y no de uno para muchos;
8. Utiliza el hipertexto y no el lenguaje lineal;
9. Ofrece interactividad al usuario (antes receptor) en la organización y obtención de información;
10. Ofrece información sobre la información.

Aún que estas definiciones sean amplias y, por otro punto, no direccionada efectivamente a la transmediación, muchos de ellos sirven para la *transmedia storytelling*. Además, tenemos que cambiar las miradas sobre los paradigmas del periodismo en conjunto con la tecnología, especialmente a partir de los dispositivos móviles. Según Flores (2010: 237):

Los medios de comunicación, a escala global, empiezan tímidamente a mostrar algún interés por este modelo de negocio. La asociación Americana de Periódicos ha creado en su sitio web, una guía para el desarrollo de sitios móviles. La guía recoge contenidos móviles, ingresos y algunos estudios de caso. Este lanzamiento nos da una pequeña idea del interés sobre el potencial que genera la telefonía móvil y su uso en los medios de comunicación.

Jesús Flores comparte una mirada equilibrada entre la tecnología, el mercado y el lenguaje, es decir, una realidad amplia sobre el tema, y no conceptos tecno céntricos, como es común en este tema. Entre las informaciones que presenta, el autor defiende que los teléfonos celulares cambiaran no solamente los procesos comunicacionales, pero también la sociedad. Como define McLuhan (2005), el medio es el mensaje, y el medio teléfono celular cambió no solo el mensaje periodístico, pero también la sociedad. “La expansión de la telefonía móvil nos sitúa en una era de conexión global y los teléfonos móviles (o celulares como también se les conoce) se han convertido en nuestro cordón

umbilical con el mundo” (FLORES, 2010: 238). Esto se pasa por la evolución tecnológica del sector, además del desarrollo de lenguaje presentado. Sobre el tema, Jesús Flores aún presenta una construcción cronológica de la evolución de la telefonía para comprender sus ideas.

Evolución	Características	Año
1ª Generación: TMA (Telefonía Móvil Analógica)	- Equipos de gran tamaño; - Sirven exclusivamente para la comunicación con voz.	1980
2ª Generación: GSM (Global System Mobile o Sistema Móvil Glotal)	- Transmite datos; - SMS.	1990
Generaciones intermedias	- WAP - GPRS	2001
3ª Generación: UMTS (Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles)	- Nuevos servicios; - Videollamadas; - Descargas de música; - TV en directo.	2003

Tabela 1. Avance tecnológico móvil (FLORES, 2010: 239)

Flores defiende que a partir de los teléfonos celulares el periodismo ha cambiado de forma de hacer, a partir del periodismo digital. Para el autor, “el periodismo móvil es la nueva manera de elaborar contenidos periodísticos haciendo uso de un equipo técnico básico: vehículo, ordenador portátil, videocámara digital, cámara fotográfica digital, uno o más teléfonos móviles” (FLORES, 2010: 240). Y complementa:

El análisis de Editor & Publisher, se señala que la mayor parte de su jornada laboral el periodista la pasa en la calle en busca de noticias donde predominan los temas locales sobre sucesos, información de tráfico, funcionamiento de transportes públicos, manifestaciones o protestas ciudadanas y fenómenos meteorológicos adversos (FLORES, 2010: 240-241)

Otro cambio, según Flores, se pasa en el ámbito de la rutina profesional. El periodista volvió a buscar noticias por la calle, como en el principio del Periodismo. Ahora, incluso, es más sencillo para hacer el trabajo ahí, pues es posible subir la información a partir

de eso mismo. Pero los cambios necesitan llegar también hasta el quesito lenguaje: “el móvil no es meramente un nuevo soporte para los contenidos digitales. Los teléfonos móviles abren la puerta, por otro lado, a nuevos formatos de contenidos periodísticos” (FLORES, 2010: 241).

Para hacer el nuevo trabajo, es necesario desarrollar una nueva forma de lenguaje para construir lo que el periodista ya sabe hacer a partir y para los otros medios. Esto se pasó con la prensa, cuando Gutenberg desarrolló la tecnología producción masiva de textos en papel. Después pasó con la llegada de la fotografía, del periodismo en el cine, del radio, de la televisión, de la internet, y ahora convivimos con el desafío para un lenguaje que atienda los dispositivos móviles.

Estos nuevos formatos con contenidos periodísticos específicos para terminales móviles requieren una nueva fórmula periodística, ya que no es suficiente importar contenidos desde otros soportes (prensa escrita, radio o televisión) (FLORES, 2010: 241).

No solamente el Twitter es un ornitorrinco, como defiende Scolari en su Twitter, pero también el teléfono celular, cada día más se transforma en algo desconocido, o conocido (si miramos parte por parte de esto gran espacio convergente de dispositivos, lenguajes y contenidos). Por este motivo es fundamental comprender y crear lenguajes específicos para el medio. El texto no es como un computador, pues la navegabilidad, por más sencillo que se haga, es distinta. El sonido no es como en la radio, pues la transmisión ni siempre es perfecta, aún que sea *on demand*. El video no es lo mismo que la televisión, pues el dispositivo tiene una micro-pantalla y, simultáneamente, tecnología *touch screen*, es decir, provoca la interactividad. Por este motivo, es un dispositivo comunicacional distinto de los demás que conocemos, y su lenguaje debe atender a este escenario.

Consideraciones

Estudiar sobre Periodismo es algo necesario, pues, aunque existan técnicas y teorías bien establecidas, el tema puede vivir cambios constantes, pues es fruto del desarrollo social y, relacionado a esto, surgen los cambios tecnológicos y de lenguaje. Investigar sobre Periodismo Transmedia es algo aún más importante, pues el campo de la transmediación está siendo contemplado hace algún tiempo por los académicos, pero en el campo del Periodismo parece no tener tanta preocupación, aún que sea necesario definir como producir contenidos para una sociedad cada día más *trans*, es decir, cada vez más apoyada en un lenguaje multimedial y multicanal. Con estos cambios, o el Periodismo empieza a hablar con el idioma postmoderno o pierde su fuerza institucional.

Al mismo tiempo, comprender como se hace reportaje transmedia es un paso adelante en el estudio, pues reportaje es uno de los más ricos géneros del Periodismo (YANES, 2004), lo que resulta un estudio en un nivel avanzado de la práctica periodística. Si conocemos un lenguaje de producción de reportaje periodística transmediática quedamos cerca de producir contenidos sencillos de Periodismo también apoyados en esto lenguaje, lo que justifica la escoja por esto género.

La aldea global, propuesta por McLuhan y Powers (1991), ha cambiado. Ahora vivimos en una aldea glocal, como apunta Scolari (2008), Augé (2007) entre otros. Una aldea donde los jefes pueden ser los propios indígenas. Una aldea donde la palabra tiene repercusión a partir de sus fuentes de información. Una gran aldea formada por millones de millones de micro aldeas que comparten intereses y conocimientos. Una trama de grupos interrelacionados e interconectados a partir de canales de redes sociales y atentos a las informaciones de sus integrantes. Una nova era de la comunicación, donde los dinosaurios que no se actualizaren morirán, y los dinosaurios que buscaren una actualización de lenguaje, procesos y medios sobrevivirán a una sociedad donde la palabra ahora es compartida P2P, así como el conocimiento, la cultura, la arte, la tecnología y el poder.

Pero, para desarrollar esto estudio me deparé con algunas preguntas. Una de ellas refería a la viabilidad de producir un reportaje totalmente a partir de teléfonos celulares. La hipótesis fue confirmada: sí, es posible, y considerablemente viable producir contenidos periodísticos a partir de teléfonos celulares. El dispositivo es de sencillo manoseo y posibilita

la producción de contenidos de calidad estética aceptable. Con el lenguaje periodístico, el contenido final puede ofrecer al lector/usuario mensajes de calidad.

Otra pregunta, sobre cómo deben ser el lenguaje de los reportajes, la respuesta es que el contenido debe ser variable en discurso, así como una diversidad de plataformas comunicacionales, es decir, video, fotografía, texto, animación y audio (esto cuando necesario), cada uno de ellos con su mensaje. Al final, la composición interpretativa de los contenidos proporciona una expresiva calidad informativa y/o de opinión en el reportaje. El concepto del colectivo de fragmentos en la construcción del contenido es lo que hace con que el formato tenga resultado comunicacional.

El método propuesto también proporciona la construcción de la narrativa transmedia, y percibí que es viable y posible su adopción en el Periodismo. Además, los caminos que siguen la comunicación contemporánea dejan la transmediación como fundamental para la comunicación de la información, pues los lectores, cada día más responsables por la circulación de la información en los medios por sus redes sociales, hacen con que sea fundamental una construcción de la información a partir de múltiples lenguajes y plataformas para la obtención de una interpretación final, innumerables veces de carácter interactivo, es decir, que resulta de un proceso interpretativo y de navegación por los distintos caminos de la información presentada.

La arquitectura del enunciado informativo en el Periodismo Transmedia debe seguir la propuesta presentada en Renó y Flores (2012), es decir, seguir el concepto de Flujo grama Algorítmico Circular Rizomático, haciendo con que todos los contenidos sean complementares, y no excluyentes o substitutos. Además, ellos deben ofrecer una posibilidad de escoja por parte del lector/usuario, es decir, ello puede decidir si mira todo el contenido ofrecido o si acompaña solamente una parte. Esta opción debe, incluso, ofrecer información suficiente para que pueda comprender lo que pasa en la información publicada, mismo si hay lectura de una sola parte, ya que el contenido es periodístico, y no de entretenimiento.

Otra característica necesaria en el contenido es que esto sea producido totalmente a partir de dispositivos de comunicación móvil, preferiblemente un teléfono celular, por ser un equipo discreto. La movilidad es algo necesariamente presente en la comunicación contemporánea, y hace parte del concepto de transmediación, así como la circulación a partir de redes sociales, donde encontramos la blogosfera, plataforma fundamental de

este estudio y tendencia del campo de la información, como defiende Dan Gillmor (2005), a partir del concepto de que nosotros somos los media. Si, somos los media, y tenemos los contenidos mediáticos en nuestras manos. Debemos producir y hacer circular la información a partir de esto.

Percibo, entre tanto, que es necesario desarrollar la práctica, pues este tema aún está en sus primeros pasos. La producción de reportajes transmedia es algo innovador, pero aún incipiente. Es necesario conocer y practicar en los medios el lenguaje propuesto para que tenga un proceso evolutivo de acuerdo con las posibilidades de estos medios y de sus estructuras tecnológicas y de público. Además, seguramente, el proceso tendrá una evolución de acuerdo con las posibilidades narrativas, tecnológicas y las necesidades propuestas por la sociedad en su evolución socio-comunicacional.

Es importante que los periodistas practiquen el método, así como aprendan a utilizar los equipos de telefonía celular y de comunicación móvil, como los *tablets*. Grandes conglomerados de comunicación, como la Rede Globo (Brasil) apuestan en esto como una salida, un futuro de su negocio. Para tanto, apoyan sus funcionarios en proyectos de creación de blog y en el microblog Twitter, incluso en el Periodismo. Un ejemplo de esto es la participación del periodista Tiago Leifert en su Twitter personal, con una considerable libertad de expresión frente a temas relacionados en su programa deportivo diario. Además, en los primeros meses de 2011, la emisora de televisión (principal segmento del conglomerado, que cuenta con actividades también en radio, internet, editorial y cine) planteó un libreto para distribución entre los funcionarios del departamento de Periodismo para enseñarlos a utilizar el iPhone 4 como herramienta de producción periodística, es decir, ahora la emisora tiene reporteros por las calles, en sus momentos personales, siempre aptos a producir contenidos para el grupo. Los funcionarios recibieran ayuda de financiación para comprar equipos, incluso.

Esto no es un trabajo conclusivo y tampoco tiene esta pretensión. La idea es comprender lo que pasa con la sociedad de la información y proponer una forma de trabajo que siga lo que es de tendencia para que se pueda estudiar además de esto sus procesos evolutivos. Los cambios que pasarán al Periodismo a partir de una narrativa cada día más participativa, expandida y de circulación entre los usuarios, y por estos, son tan seguros como ya lo es para los cambios que el mundo media ya sufre. Por este motivo, la propuesta que traigo con esto trabajo es que otros investigadores sigan estudiando, a partir de esto, los

fenómenos comunicacionales por los cuales nosotros, periodistas y/o ciudadanos pasaremos.

Teóricos como Dan Gillmor, Henry Jenkins, George Landow, Carlos Scolari, José Luis Orihuela, José Canavilhas, Tim O'Reilly, Marc Augé, Lev Manovich, Zygmunt Bauman, Manuel Castells, Mariano Cebrián, Jesús Flores, Vicente Gosciola, Lorenzi Vilches, entre otros, ya se dedican a esta comprensión. Pero, en tiempo de democracia del conocimiento, dejar en las manos de estos estudiosos no es correcto y tampoco justificable. Por esto, propongo que este estudio siga como una fuente de experimentaciones, y que nuevas verdades sean descubiertas, pues la ciencia no es una verdad absoluta y tampoco eterna. Los cambios sociales harán nuevos cambios y los resultados de estos cambios serán la semilla de nuevos cambios. Hoy cambios que llevan la sociedad a procesos inevitablemente participativos. Claro que ni todos quieren participar, y tampoco los que quieren una participación buscan estos procesos democráticos todo el tiempo. Algunas veces no queremos pensar, no queremos opinar, no queremos comandar. En algunos momentos queremos ser llevados, y para estos momentos existirán, siempre, los espacios para las narrativas convencionales, que vienen existiendo desde que el mundo es mundo, o casi hace tanto tiempo.

Una realidad tenemos hoy: nosotros somos los media, cada día más. Entre tanto, saber cómo hablar, es decir, cambiar su *status* de periodista para un arquitecto periodista es una necesidad entre estos profesionales. No basta solamente saber lo que es noticia, encontrar el *lead* de la información. Es necesario, ahora, definir los caminos probables de la reconstrucción de la noticia, o mejor dicho, definir como debemos hacer la representación del contenido noticioso para un grupo creciente y cada día más expresivo entre el público: la sociedad transmedia. ¿Está en la calle? ¿Tienes un teléfono celular conectado a la internet? ¿Posee un blog? Si las respuestas son positivas, usted puede ser un media. Un transmedia.

Referencias bibliográficas

Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Madrid, Gedisa.

Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. São Paulo, Jorge Zahar Editores.

Cambra Gonzalez, T. (2007). *La web 2.0 con la distopia en la recent Internet*. Revista TEXTOS de la Cibernsiedad, 11. Disponible en

http://www.google.com.br/search?q=%22anomenat%22+significado+em+portugu%C3%AAs&hl=pt-BR&rlz=1T4SKPB_pt-BRBR239BR239&sa=2. Acceso en 09/03/2012.

- Canavilhas, J.(2006). *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. BOCC – Biblioteca Online de Ciencias de Comunicação. Disponible en [http://www.bocc.ubi.pt/ esp/autor.php?codautor=602](http://www.bocc.ubi.pt/esp/autor.php?codautor=602). Acceso en 01/10/2011.
- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo, Paz e Terra.
- Kinderman, C. (2002). *O estudo dos gêneros do jornal: o caso da reportagem*. Encontro do CELSUL, 5. Curitiba, Anais do Encontro do CELSUL – UFPR.
- Chaparro, M. (1998). *Sotaques d'aquém e d'além mar – Percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro*. Santarém, Jortejo.
- Flores, J. (2010). Periodismo a través de periféricos móviles. En Cebrian, M. Desarrollo del periodismo en Internet. Madrid, Comunicación Social.
- Gillmor, D. (2005). *Nós os media*. Lisboa, Editorial Presença.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência*. São Paulo, Alephe.
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies. Television, and vídeo games: from Muppet Babies to teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley and Los Angeles, University of California Press.
- Lage, N. (2001). *A reportagem – teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro, Record.
- Landow, G.(2009). *Hipertexto 3.0*. Madrid, Paidós Ibérica.
- Martinez Alberto, J.(1983). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona, Editorial Mitre.
- McLuhan, M. (2005). *Os meios de comunicação como extensões do homem (understanding media)*. São Paulo, Cutrix.
- McLuhan, M.; Powers, B. (1991). *La aldea global*. Guanajuto, Gedisa Mexicana.
- Orihuela, J.L. (2004). eCommunication: the 10 paradigms of media in the digital age. Salaverría, R.;Sádaba, C. (eds). *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organizations and Audiences*. Pamplona, Ediciones Eunete.
- Renó, D.; Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia: Reflexiones y estrategias de los medialabs en el desarrollo de la comunicación transmediática*. Madrid, Editora Complutense de Madrid.
- Renó, D. (2011). *Cinema interativo e linguagens audiovisuais interativas: como produzir*. Tenerife, Editora ULL.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, Gedisa.
- Vilches, L. (2003). *A migração digital*. São Paulo, Loyola.
- Yanes, R. (2004). *Géneros periodísticos y géneros anexos: una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid, Editora Fragua.

Resumen:

Conocer los procesos narrativos de una sociedad es fundamental y estar atento a los cambios propuestos por ella es aun más importante. Procesos estos que pueden resultar de cambios sociales, tecnológicos o mismo de otros cambios colectivamente. La propuesta de este estudio fue comprender el escenario del Periodismo a partir de la Narrativa Transmedia y proponer una forma, una estética y un método de producción de reportajes transmedia para ambientes digitales, siguiendo los conceptos que fundamentan la narrativa, es decir, la intertextualidad de contenidos, la circulación por redes sociales, la interactividad y/o la expansión digital de su construcción narrativa y la movilidad. Para tanto, fue realizado un experimento en espacios virtuales, como blogosfera y redes sociales, para comprender la posibilidad de proponerse estos parámetros. Al final, el estudio llegó a la conclusión actual de que es posible, viable y necesario buscar una producción de reportajes transmedia, hasta porque la información factual, la noticia del ayer, ahora es una tarea para la sociedad, que deja de ser una fuente de los periodistas para se transformar en una fuente mediática. Ahora ellos son los medias. Si espera, con esto estudio, que la observación por la narrativa transmedia en el Periodismo sea una constante en la academia científica de las ciencias humanas.

Palavras clave: Comunicación, Periodismo, Periodismo Transmedia, Narrativa Transmedia, Lenguaje.

Streszczenie

Denis Porto Reno

REPORTAŻ TRANSMEDIALNY DLA „NOWEGO” DZIENNIKARSTWA.

Poznanie procesów narracyjnych w społeczeństwie jest podstawą, a jeszcze ważniejsze jest baczne przyglądanie się zmianom przez nie proponowanym. Procesy te mogą być efektem zmian społecznych, technologicznych albo jednych i drugich jednocześnie. Założeniem niniej-

szego opracowania było ujęcie dziennikarstwa z perspektywy transmedialnej oraz przedstawienie formy, estetyki oraz sposobów tworzenia reportaży transmedialnych dla środowisk cyfrowych, zgodnie z zasadami narracji, intertekstualności, cyrkulacji w portalach społecznościowych, interaktywności, a także ukazanie form rozpowszechniania tych treści w formie cyfrowej i komórkowej.

W celu sprawdzenia możliwości zastosowania powyższych parametrów, przeprowadzono eksperyment w wirtualnych przestrzeniach, takich jak: blogosfera czy portale społecznościowe.

Przeprowadzone badania dowodzą, że tworzenie reportaży transmedialnych jest możliwe, potrzebne i uzasadnione aktualną sytuacją, ponieważ informacja, wczoraj news, dzisiaj jest wyzwaniem dla społeczeństwa. Społeczeństwo przestaje być źródłem dla dziennikarzy, staje się źródłem dla mediów. Sami stajemy się mediami.

Poprzez niniejsze studium wyrażamy również nadzieję, że narracja transmedialna stanie się stałym przedmiotem badań nauk humanistycznych.

(tłumaczenie dr Małgorzata Kolankowska)

Mateusz Zimnoch

FIKcja JAKO PRAWDA.

REFERENCYJNOŚĆ REPORTAŻU PONOWOCZESNEGO

Prawda to najbardziej udana fikcja.

Odo Marquard¹

Pytanie o prawdę w mediach przysparza, szczególnie dziś, ogromnych problemów. To centralne zagadnienie współczesnego dyskursu medioznawczego jest, wbrew pozorom, jednym z najbardziej niedookreślonych i kontrowersyjnych pojęć współczesnej filozofii. Powszechnie zdaje się być założenie, iż informacyjny charakter komunikatów medialnych pociąga za sobą konieczność rzetelnej reprezentacji rzeczywistości faktycznej. Jednocześnie coraz częściej pojawiają się wątpliwości dotyczące możliwości takiej reprezentacji. Właściwie każdy dowolnie wybrany komunikat medialny można z łatwością posądzić o jednostronność, selektywność czy umyślną sofistykę o zabarwieniu propagandowym, a jednak dziennikarze z uporem głoszą idee obiektywizmu, rzetelności i transparentności przekazów. Owa sprzeczność między stanem deklaratywnym a faktycznym znajduje wyraz w licznych dyskusjach nad etyką dziennikarską i społeczną odpowiedzialnością mediów.

Podstawowym rozdzwieniem pomiędzy teorią i praktyką medialną jest zasadnicza nieprzystawalność ponowoczesnych konstruktów intelektualnych do zdrowego rozsądku przeciętnego człowieka. Wiele najnowszych tendencji, pomimo swej zasadności i konsekwencji, zbywanych jest zarzutami niepowagi i swoistego oderwania od rzeczywistości, co jest zupełnie zrozumiałe. A jednak, podążając tropem myślowym Jacquesa Derridy, którego *modus operandi* przejawia się w skłonności do rozbijania wszelkich opozycji i podważania fundamentalnych dla kultury Zachodu aksjomatów, należy chyba zadać sobie kilka podstawowych pytań: czy współcześnie rolą mediów istotnie jest informowanie? A nawet jeśli, czy jest to funkcja dominująca? Wreszcie: czy prawda powinna być rozpatrywana w kategoriach aksjologicznych? Czy funkcjonuje (lub czy powinna funkcjonować)

¹ O. Marquard, *Aesthetica i anaesthetica. Rozważania filozoficzne*, Warszawa 2007, s. 159.

w mediach jako nadrzędna, nienaruszalna wartość, której podporządkowane winny być wszelkie pozostałe?

W niektórych przypadkach odpowiedź zdaje się bardziej, w innych mniej oczywista. Do wyjątkowo interesujących wniosków można natomiast dojść analizując pewną wąską i nieco zaniedbywaną kategorię tekstów – reportaże. W nowszych utworach, reprezentujących ten gatunek, zaobserwować można szereg istotnych przesunięć, niosących szczególne konsekwencje dla refleksji nad prawdą w mediach. Niestety, obecne trendy badawcze tej refleksji nie sprzyjają: medioznawstwo traktuje gatunek jako nieco przestarzały, wręcz epigoński, zaś literaturoznawstwo – jako mało interesujący z powodu swojego klasycznego, zbliżonego do wielkiej formy powieściowej charakteru². W efekcie w badaniach nad reportażem pokutują utarte od lat twierdzenia, które w coraz mniejszym stopniu odpowiadają rzeczywistości. Niemiejszy tekst ma ambicje być niewielkim krokiem w kierunku zmiany owego *status quo*.

Należy zatem zapytać na wstępie: czy przekonanie o tym, iż „podstawową funkcją sztuki faktu jest (...) informowanie”³ wciąż jest aktualne? Z pewnością funkcjonuje ono w obiegu naukowym i dziennikarskim jako niepodważalny aksjomat. Michał Drożdż w tekście wstępnym do jednej z nowszych publikacji poświęconych problemowi prawdy w mediach pisze:

Prawo do prawdy jest podstawowym prawem człowieka, a media są dziś podstawową przestrzenią realizowania tego prawa. Z prawa do prawdy wynika medialna powinność odkrywania i przekazywania prawdy. Prawda jest zatem podstawową wartością, wokół której koncentruje się funkcjonowanie i misja mediów⁴.

Tezę wyjściową niniejszego tekstu jest stwierdzenie, iż powyższe – dodajmy: popularne – ujęcie jest błędne. Drożdż zdaje się nie dostrzegać istotnych zmian, jakie zaszły w świecie współczesnym, a które w ogólnym zarysie nakreślone zostaną w poniższej analizie. By skoncentrować się na konkretnym gatunku – reportażu – konieczne jest rozpoczęcie całej refleksji *in medias res*, mianowicie od fundamentalnej dla niniejszego tekstu tezy o cywilizacyjnym przyspieszeniu, jakie dokonuje się na naszych oczach:

² Więcej na ten temat: M. Zimnoch, *Reportaż w płynnej nowoczesności*, „Miesięcznik Znak”, nr 682 (marzec 2012).

³ K. Kąkolewski, *Wokół estetyki faktu*, w: *Genologia polska. Wybór tekstów*, Warszawa 1983, s. 501.

⁴ M. Drożdż, *Medialne poszukiwanie prawdy*, [w:] *Prawda w mediach – między ideałem a iluzją?*, red. Michał Drożdż, Tarnów 2010, s. 9.

Coraz szybsze są przemiany w nowoczesnym świecie, coraz większe tempo innowacji i starzenia się, coraz gwałtowniej wszystko się w nim komplikuje; tempo zmian stosunków międzyludzkich – zanikania zaufania i wytwarzania obcości – fascynuje; wszystko płynie – płynie coraz szybciej⁵.

By przełożyć powyższe twierdzenie na poziom, który nas interesuje: omawiany gatunek nie może się mierzyć z relacjami typu *live*, niezwykle szybkim dziennikarstwem obywatelskim czy mediami mobilnymi⁶. Zasadnicza łatwość dostępu do wszelkiego rodzaju wiedzy, zapewniana choćby przez Internet, powoduje, iż reportaż jako gatunek informacyjny nie wytrzymuje próby czasu.

Jednocześnie rosnąca popularność tzw. literatury faktu⁷ sugeruje, iż istnieje pewna potrzeba, jaką ta forma zaspokaja. Trudno zawyrokować, jaka, jednak w mniejszym stopniu jest to potrzeba informacji, w większym – rozrywki. Reportaż na swój sposób powraca do literackich korzeni⁸, przejmując funkcję hermetyzującej się i coraz bardziej oderwanej od rzeczywistości i doświadczenia zbiorowego sztuki współczesnej. Można zatem – i należy – rozpatrywać ten gatunek jako fikcjonalny⁹.

⁵ O. Marquard, *Apologia przypadkowości*, Warszawa 1994, s. 61 – 62.

⁶ Problem przyspieszenia rzeczywistości medialnej podejmowany jest w licznych artykułach i rozprawach, jednak ze względu na ograniczoną przestrzeń trudno dokonywać w tym miejscu choćby prób przedstawiania szkicowej bibliografii. Warto wspomnieć, iż problematykę tę w interesujący sposób osadził wobec reportażu Zbigniew Bauer w książce: *Antymedialny reportaż Ryszarda Kapuścińskiego*, Warszawa 2001. Na zjawisko wypierania reportażu przez feature będący gatunkiem bardziej odpowiadającym współczesnym realiom medialnym zwrócił natomiast uwagę Kazimierz Wolny-Zmorzyński: „Feature to po prostu odpowiedź na zapotrzebowanie chwili – szybki przekaz; orientowanie odbiorcy w tym, co się gdzieś niedaleko niego wydarzyło. Feature jest materiałem wygodnym dla redakcji: nie zajmuje dużo miejsca w gazecie, nie zabiera redaktorowi wiele czasu na przygotowanie, bo wystarczy sygnalizować problem. Jest oszczędny i ma być efektownie napisany. [...] To forma dla mało ambitnych i chcących konkurować z szybkością przekazu informacji w mediach elektronicznych” (K. Wolny-Zmorzyński, *Poetyka reportażu polskiego po 1989 roku. Zarys problematyki*, [w:] *Reportaż a przemiany społeczne po 1989 roku*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Kraków-Rzeszów 2005, s. 26). Jedną z nowszych pozycji w syntetyczny sposób podejmujących problem przemian współczesnego dziennikarstwa i mediów jest: Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów*, Kraków 2009.

⁷ Dostyc wspomnieć dwie serie wydawnictwa Czarne (Reportaż, Sulina), działalność Instytutu Reportażu czy częstotliwość występowania tekstów faktograficznych wśród laureatów nagród literackich.

⁸ Por. Z. Ziątek, *Dwa dwudziestolecia. Literatura jako reportaż i reportaż jako literatura*, [w:] *Nowe dwudziestolecie (1989 – 2009). Rozpoznania – hierarchie – perspektywy*, red. H. Gosk, Warszawa 2010.

⁹ Badanie reportażu jako tworu fikcjonalnego nie jest, rzecz jasna, niczym nowym. Już Melchior Wańkowicz uznawał strategie fikcjonalne za niezbędne w pracy nad reportażem: „Nic we współczesnym reportażu z chłonności, z zaangażowania, ze zrostu z plazmą czytelniczną, nic mu z mozaiki

Wprowadzenie pojęcia fikcji nie sprawia bynajmniej, jak chcieliby niektórzy, iż reportaż może z równym powodzeniem operować prawdą i fałszem, podporządkowując je celom estetycznym. Pojęcie fikcji przynależy do innego porządku – nie jest w żadnym wypadku stanem pośrednim między orzekaniem prawdy a kłamstwem:

Czy to, co rzeczywiste, i to, co fikcyjne, naprawdę tworzy przeciwieństwo? Czy może samo to przeciwieństwo jest fikcyjne? [...] Był taki czas, w którym [...] to, co realne, i to, co fikcyjne, pozostawały w rzeczywistym przeciwieństwie; ale nie żyjemy już w tym czasie; dziś realność i fikcja występują już tylko jako amalgamat i już nigdzie w czystej postaci: stadium pozytywne jest stadium spod znaku fikcji¹⁰.

Dochodzi zatem w epoce nowożytnej do przemieszania porządków. Binarna opozycja rzeczywistość-fikcja (która nie jest wcale równoznaczna z opozycją prawda-fałsz!) zostaje rozbita. Jest to, rzecz jasna, wynik procesów kulturotwórczych, jednak słusznie zauważa Robert Spaemann, iż:

„Natura” jest jednym z tych pojęć, które obejmują swe własne przeciwieństwo. I tak język należy do natury człowieka, ale nie istnieje żaden „naturalny język”.

Dla człowieka jest charakterystyczne, że to, co sztuczne, fikcyjne nie jest włączone w jego naturalną, skierowaną na zachowanie siebie i zachowanie gatunku praktykę życiową jako jej funkcja, lecz że wobec tej „rzeczywistości” stanowi ono samodzielny wymiar życia¹¹.

i z opanowania faktów, nic mu z grafiki, przeróżnych sprawności, z opanowania języków. [...] tematyka potężną masą żywiołu przewraca go, niesie, miota nim, a kiedy te miliony ton wzburzonych elementów zastygną, reporter pełza po zastyglisku bezsilnie jak mucha, która cudem wylazła z potopu i która nie widzi granic zasięgu stężałej tematyki” (M. Wańkowicz, *Karafka La Fontaine’a*, t. I, Kraków 1974, s. 210). Remedium na opisywany problem jest zdaniem Wańkowicza fikcja – i należy przyznać mu absolutną słusność. Jego koncepcja jest zresztą jednym z głównych filarów dla późniejszych badań (zob. chociażby: K. Wolny, *Reportaż - prawda czy fikcja?*, [w:] *Reportaż. Wybór tekstów z teorii gatunku*, wybór i oprac. K. Wolny, Rzeszów 1992). Należy jednak zaznaczyć, iż tradycyjne ujęcie fikcji prezentowane przez Wańkowicza i późniejszych badaczy reportażu diametralnie różni się od propozycji kreślonej w niniejszym tekście. Zbliży się ona w kierunku stanowisk panfikcjonalnych, a tym samym przesuwając analizę z płaszczyzny teoretycznoliterackiej w kierunku perspektywy filozoficznej (najbardziej kompletny przegląd stanowisk na temat fikcji zob. w: A. Łebkowska, *Między teoriami a fikcją literacką*, Kraków 2001).

¹⁰ O. Marquard, *Aesthetica i anaesthetica. Rozważania filozoficzne*, Warszawa 2007, s. 155.

¹¹ R. Spaemann, *Osoby. O różnicy między czymś a kimś*, Warszawa 2001, s. 100.

Fikcja nie jawi się tu ani jako alternatywa, ani jako zaprzeczenie, lecz jako część większej całości:

Sztuka i natura stanowią wspólnie ludzki świat. Tego, jak sobie przedstawiamy samych siebie, nie możemy jednoznacznie odróżnić od tego, czym od zawsze jesteśmy. Podobnie daremna jest próba odróżnienia rzeczywistości od naszej interpretacji rzeczywistości. Wszystkie tego rodzaju odróżnienia prowadzą raczej do nowej interpretacji. Jest nawet odwrotnie: im uboższe, bardziej bezosobowe i abstrakcyjne są schematy naszej interpretacji świata, tym mniej odsłaniają nam one to, co jest¹².

Reportaż należałoby zatem rozumieć przede wszystkim jako rozszerzający rzeczywistość, nie zaś wyłącznie ją multiplikujący¹³. Jorge Louis Borges słusznie pisał w *Fikcjach*: „Odkryliśmy (...), iż lustra i kopulacja są wstrętne, jako że pomnażają ilość ludzi”¹⁴. Należy jednakże pójść o krok dalej: zwierciadło samo przynależy do rzeczywistości, którą odbija. Co więcej – i to jest podstawowy wniosek z punktu widzenia prezentowanego tu ujęcia – odbicie i rzeczywistość są obecnie nierozróżnialne, albowiem sam świat stał się odbiciem: „Dla osób samo życie podpada pod kategorię μίμησις (*mimesis*). Staje się swą własną symulacją”¹⁵.

Nie miejsce tu na wykazywanie różnic w rozumieniu pojęcia symulacji przez Spaemanna i Baudrillarda, choć są one zasadnicze. Jednakże – by pozwolić sobie na radykalne uogólnienie – wniosek jest ten sam: rzeczywistość nie jest w żadnym stopniu uprzywilejowana ontologicznie względem bytów fikcyjnych. Baudrillard stwierdziłby, że jest wręcz odwrotnie:

Terytorium nie poprzedza już mapy ani nie trwa dłużej niż ona. Od tej pory to mapa poprzedza terytorium – *precesja symulaków* – to ona tworzy terytorium i [...] dziś to strzępy terytorium gniją powoli na płaszczyźnie mapy¹⁶.

Rzeczywistość jawi się tu jako wtórna wobec fikcji, a zatem sama rzeczywistość – czy, dla ścisłości, hiperrzeczywistość – jest fikcją. W przypadku prób reprezentacji dochodzi więc do zabiegów intertekstualnych raczej, niż mimetycznych. Każdy tekst jest reprezentacją innych

¹² *Ibidem*, s. 109 – 110.

¹³ M. Zimnoch, *op. cit.*, s. 118.

¹⁴ J. L. Borges, *Fikcje*, Warszawa 1972, s. 8.

¹⁵ R. Spaemann, *op. cit.*, s. 103.

¹⁶ J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, Warszawa 2005, s. 6.

tekstów składających się na depozytariusz doświadczeń społeczno-cywilizacyjnych, nie występuje jednak zależność referencyjna pomiędzy tekstem a – jeśli takowa istnieje – rzeczywistością obiektywną:

W sztuce człowiek przedstawia pozór jako pozór, grę jako grę [...] Projektuje światy możliwe, wśród których świat rzeczywisty jest tylko jednym z wielu, światem, który teraz oto stał się obcy¹⁷.

Nie wchodząc w dyskusję na temat nierozstrzygalnego problemu istnienia świata zewnętrznego wobec jego ludzkich reprezentacji, należy stwierdzić, iż – zakładając jednak jego istnienie – podobna, choć mniej radykalna tradycja myślowa sięga korzeniami starożytnej Grecji i terminu ἀληθεια (*aletheia*). Rzeczywistość jawi się wyłącznie w świadectwie, czyli dziele, które jest swoistym światłem wydobywającym byt z ukrycia (lub, jak chciałby Baudrillard, powołującym go do istnienia symulakralnego, czyli symulującego istnienie celem ukrycia faktycznego braku):

Dla nas [rzeczywistość – przyp. MZ] jest zawsze czymś mniej lub więcej [niż jest – MZ]. Znajduje się albo w barwnym świetle, które pada na nią z zewnątrz, oświetlając ją perspektywnie, albo pozostaje ukryta w ciemności¹⁸.

To ewidentnie czerpiące z tradycji fenomenologicznej ujęcie prowadzi do pewnego ważnego wniosku: wszelka wiedza, jaką człowiek posiada na temat świata, jest fikcyjna. Każda reprezentacja, rozumiana także jako sposób, w jaki rzeczywistość jawi się w bezpośredniej naoczności jednostce ludzkiej, w znaczący sposób różni się od rzeczywistości obiektywnej. Nie może być wobec tego mowy o identyczności między rzeczywistością zewnętrzną, a jej każdorazowym postrzeżeniem:

Co powiada formuła $A = A$, którą zwykło się prezentować zasadę identyczności? Formuła ta nazywa równość A i A . Zrównanie wymaga co najmniej dwóch elementów. Jakies A jest równe innemu. Czy zasada identyczności chce wypowiedzieć coś takiego? Oczywiście nie. Identyczne, po łacinie *idem*, po grecku zwie się τὸ αὐτό. Przełożone na język niemiecki, τὸ αὐτό

¹⁷ R. Spaemann, *op. cit.*, s. 107.

¹⁸ *Ibidem*, s. 110.

znaczy *das Selbe* [to samo]. Kto stale mówi to samo, że na przykład roślina jest rośliną, ten wypowiada tautologię. Aby coś mogło być tym samym, wystarczy zawsze jedno. Nie trzeba dwóch elementów, jak w przypadku równości.

Formuła $A = A$ mówi o równości. Nie nazywa A tożsamym. Zatem obiegująca formuła zasady identyczności zakrywa właśnie to, co ta zasada chce powiedzieć: A jest A, tzn. każde A jest samo tożsame¹⁹.

I dalej:

Gdy opisujemy w taki sposób to, co identyczne, zaczyna pobrzmiewać dawne słowo, którym Platon przybliżył zrozumienie tego, co identyczne [...] Platon mówi o $\sigma\tau\acute{\alpha}\sigma\iota\varsigma$ i $\kappa\acute{\iota}\nu\eta\sigma\iota\varsigma$, o spoczynku i zmianie. [...] „Przecież każde z nich obu jest czymś innym, samo jednak tożsame z sobą”. [...] każde coś jest samo oddane sobie, każde jest samo tożsame – mianowicie dla siebie z sobą. [...] Bardziej odpowiednie sformułowanie zasady identyczności, $A = A$, powiada przeto nie tylko: każde A jest samo tożsame, lecz raczej: każde A jest samo tożsame z sobą samym. W tożsamości tkwi związek „z”, a więc zapośredniczenie, powiązanie, synteza: zjednanie w jedność²⁰.

Powyższe twierdzenie Martina Heideggera jest dość radykalne. Zgodnie z nim w żadnej sytuacji nie mogą wystąpić dwa zjawiska, o których można powiedzieć, że są identyczne. Można jednak dokonać pewnego złagodzenia, nie pozostając w sprzeczności względem poglądów Heideggera, a zbliżając się w kierunku ujęcia nas interesującego: nie mogą nigdy wystąpić dwa zjawiska pochodzące z innych porządków, które pozostawałyby w relacji identyczności. Z takim twierdzeniem zgodziłby się już Willard Van Orman Quine. Polemizując z jednym z twierdzeń Davida Hume’a, pisał on:

Jeśli będziemy rozumieli identyczność w ścisłym sensie jako relację, w której każdy przedmiot pozostaje tylko do samego siebie, to Hume nie potrafi pojąć, na czym polega jej relacyjny charakter i w jaki sposób różni się ona od zwykłego atrybutu istnienia. Źródłem tej trudności jest pomieszanie znaku z przedmiotem. Identyczność jest relacją, a „=” – terminem względ-

¹⁹ M. Heidegger, *Identyczność i różnica*, Warszawa 2010, s. 13.

²⁰ *Ibidem*, s. 15 – 17.

nym dlatego, że znak „=” pojawia się pomiędzy różnymi wystąpieniami tych samych lub różnych terminów jednostkowych, a nie dlatego, że wiąże ze sobą różne przedmioty²¹.

Choć koncepcja Quine’a oraz Heideggera (a także Hume’a) pozostają w sprzeczności, to jednak mają pewien wspólny mianownik: nie istnieje zasada identyczności między znakiem a przedmiotem. A zatem ludzkie postrzeganie rzeczywistości oraz sama rzeczywistość nigdy nie pozostają w relacji identyczności²². Rzeczywistość jawi się poprzez swoją reprezentację, która w istotny sposób różni się od samej rzeczywistości. To bardzo ważne spostrzeżenie, choć pochodzące z tradycji uznawanej przez niektórych medioznawców za mętną i niezrozumiałą, a zatem nieprzydatną²³, nie skazuje nas jednak na wątpliwą wartość absolutny relatywizm. Prostim rozwiązaniem problemu nieidentyczności może być rezygnacja z pojęcia obiektywizmu na rzecz intersubiektywizmu, zakładającego „obiektywną” sprawdzalność zredukowaną do obrębu ludzkich zdolności poznawczych. Intersubiektywizm nie rozważałby zatem prawdziwości sądu względem rzeczywistości faktycznej, lecz zgodności zdania z sądem. W doskonały sposób radzi sobie z tym semantyczna definicja prawdy Alfreda Tarskiego ujęta w formule: „*x jest zdaniem prawdziwym wtedy i tylko wtedy, gdy p*”²⁴. Trafnie interpretuje koncepcję Tarskiego Ernst Tugendhat, pisząc, iż:

²¹ W. Van O. Quine, *Słowo i przedmiot*, Warszawa 1999, s. 137 – 138.

²² Oczywiście, owa rezygnacja z tradycji myślowej, wywodzącej się z platońsko-arystotelesowskiej klasycznej definicji prawdy, nie oznacza u Heideggera postawy nihilistycznej. Sięga on głębiej, ku tradycji presokratycznej, akcentując pierwotność i dominację bytu względem myśli. Myśl jest u niego niesamodzielna, poprzedzona przez rzeczywistość, która dopiero w świetle myśli może się ukazywać. Słusznie jednak zauważa Hanna Buczyńska-Garewicz: „Ta jedność myśli i bytu – jedność, bez której myśl nie zdarzyłaby się, a byt pozostałby w cieniu i ukryciu – nie polega jednak dla Heideggera na «adekwatności»” (H. Buczyńska-Garewicz, *Prawda i złudzenie. Esej o myśleniu*, Kraków 2008, s. 135).

²³ W szczególnie pobieżny i lekceważący sposób potraktował koncepcję Heideggera (łącznie z filozofią zen, która stała się współcześnie ważkim źródłem inspiracji myślowej, co jest widoczne chociażby u Derridy) Jan Ratajczak w artykule *Prawda w mediach – spór o jej kryteria*, osadzając obydwie koncepcje w rozdziale zatytułowanym „Niezrozumiałe koncepcje prawdy”. Píše o nich następująco: „Koncepcje te wydają się być nieprzydatne w normatyce mediów z uwagi na brak jednoznacznych kryteriów, jakie one implikują. Czy media miałyby zajmować się stratyfikacją «istoczenia się otwartości bytu» albo weryfikacją «sądów sprzecznych i jednowymiarowych»?” (J. Ratajczak, *Prawda w mediach – spór o jej kryteria*, [w:] *Prawda w mediach – między ideałem a iluzją?*, red. Michał Drożdż, Tarnów 2010, s. 59.) Być może zasadnym byłoby potraktowanie tych koncepcji nieco poważniej, chociażby z uwagi na ich istotne zbieżności z myślą presokratyczną, leżącą – bądź co bądź – u źródeł kultury Zachodu, a wypartą w późniejszym okresie przez tradycję platońsko-arystotelesowską, ewidentnie bliższą Ratajczakowi.

²⁴ A. Tarski, *Pisma logiczno-filozoficzne*, t. 1, Warszawa 1995, s. 18.

schemat ten [*x jest zdaniem prawdziwym wtedy i tylko wtedy, gdy p* – przyp. MZ] [...] prowadzi do uprawnionej definicji prawdziwości zdania, która zdaniu przyporządkowuje wyrażany przez nie sąd, stan rzeczy. Odpowiedniość, która tu zostaje ustalona, należy jednak odróżnić od tej odpowiedniości („adekwacji”), która dotyczy stosunku wyrażonego stanu rzeczy, sądu, do rzeczy samej.²⁵

A zatem:

okoliczności, że p zawiera w sobie tylko roszczenie do prawdziwości, oddaje sprawiedliwość definicja semantyczna tak samo jak [*p* \equiv „*p*” jest prawdziwe – MZ], przez to mianowicie, że mówi się tutaj: x (lub „p”) jest prawdziwe, *jeżeli* p, przez co bynajmniej nie przesądza się, że p. Dalej jednak teoria prawdy nie może już pójść, gdyż pytanie o stosunek tego roszczenia do prawdy do pola jego legitymizacji dotyczy nie prawdy, lecz znajdowania prawdy (weryfikacji).²⁶

Takie oddzielenie zgodności zdania z sądem od zgodności sądu z rzeczywistością można by, w duchu fenomenologicznego redukcjonizmu do sprawdzalności intersubiektywnej, uznać za rozwiązanie problemu prawdy i fałszu. Zagadnieniem, które wciąż pozostawałoby nierozstrzygnięte, byłaby opozycja intersubiektywności i subiektywizmu. Należy jednak zgodzić się ze Spaemannem, iż: „Przekonanie, że coś jest tym bardziej obiektywne, im mniej jest subiektywne, należy do wciąż nie usuniętych przesądów myślenia nowożytnego”²⁷.

Subiektywne ujęcie byłoby więc częścią współdzielonego depozytariusza o charakterze, *summa summarum*, intersubiektywnym. Problem prawdy i fałszu zostałby niniejszym rozwiązany. Współcześnie jednak – i to właśnie odróżnia nowoczesność od czasów dawniejszych – dochodzi do p o d w o j e n i a f i k c j o n a l i z a c j i, wywołanego tym, co Odo Marquard nazywa „zrodzonym z pośpiechu oderwaniem od świata”²⁸:

Jest ono [...] rezultatem znacznego przyspieszenia [...] nowoczesnych zmian rzeczywistości. [...] Pierwszą cechą zrodzonego z pośpiechu oderwania od świata byłoby [...] przyspieszone starzenie się doświadczenia [...] Drugą [...] kariera tego, co zasłyszane [...] Trzecią [...] ekspan-

²⁵ E. Tugendhat, *Bycie – Prawda. Rozprawy filozoficzne*, Warszawa 1999, s. 177.

²⁶ *Ibidem*, s. 175.

²⁷ R. Spaemann, *op. cit.*, s. 110.

²⁸ O. Marquard, *Apologia...*, s. 83.

sja szkoły [...] Czwartą [...] koniunktura tego, co fikcyjne [...] piątą [...] wzrastająca podatność na iluzje²⁹.

Pięć powyższych cech sprawia, iż ujęcie intersubiektywne przestaje być wystarczające. Postmodernistyczny przestwór symulakralnych tekstów sprawia, iż dochodzi do sprzężenia zwrotnego na wielką skalę: fikcja rodzi fikcję z fikcji. Sytuację, w jakiej się obecnie znaleźliśmy, można zatem przyrównać do dwóch zwróconych ku sobie luster. Niesie to ogromne konsekwencje, zbliżając nas w kierunku tez Baudrillarda, bowiem, jak pisał Michel Foucault:

Zwierciadło ostatecznie jest utopią, ponieważ stanowi miejsce bez miejsca (*lieu sans lieu*). W zwierciadle widzę siebie tam, gdzie mnie nie ma, w nierealnej, wirtualnej przestrzeni, która otwiera się za jego powierzchnią; jestem tam – tam, gdzie mnie nie ma, rodzaj cienia, który daje mnie samemu moją widzialność, który pozwala mi oglądać siebie tam, gdzie jestem nieobecny – oto jest utopia zwierciadła. Ale jest to również heterotopia w tej mierze, w jakiej zwierciadło istnieje w rzeczywistości i wytwarza rodzaj efektu zwrotnego w stosunku do miejsca, które zajmuję – wychodząc od zwierciadła odkrywam moją nieobecność w miejscu, w którym jestem, ponieważ widzę siebie tam. Zaczynając od spojrzenia, które skierowane jest na mnie, z głębi tej wirtualnej przestrzeni, która znajduje się po drugiej stronie lustra, wracam do siebie, kieruję moje oczy ku sobie i ponownie ustanawiam siebie tu, gdzie jestem. Zwierciadło funkcjonuje jako heterotopia w tym sensie, że miejsce, które zajmuję w momencie, gdy patrzę na siebie w lustrze, czyni jednocześnie absolutnie realnym, powiązanym z całą otaczającą mnie przestrzenią, i absolutnie nierealnym, ponieważ aby było postrzegane, musi ono przejść przez ów wirtualny punkt, który jest tam³⁰.

Rzeczywistość funkcjonuje tu jako zapośredniczona przez wirtualność, co stoi w jawnej sprzeczności względem tez presokratyków i – później – Heideggera. Staje się ona jednak trudna do odparcia w świetle cytowanych wyżej obserwacji Marquarda. Sprowadzają się one w dużej mierze do stwierdzenia, iż coraz większa część ludzkich doświadczeń ma właśnie charakter wirtualny, poprzedzając tym samym i znacząco wpływając na – coraz szybciej się zresztą dezaktualizujące – doświadczenia bezpośrednie. W ten oto sposób Baudrillardian-

²⁹ *Ibidem*, s. 83 – 88.

³⁰ M. Foucault, *Inne przestrzenie*, „Teksty drugie” nr 96, 6/2005, s. 120 – 121.

skie „strzępy terytorium gnijące powoli na płaszczyźnie mapy” stają się czymś więcej, niż piękną, acz nieco abstrakcyjną metaforą, a jego koncepcja implozji sensu w środkach przekazu przeraża swoją trafnością:

Istniejemy we wszechświecie, w którym jest coraz więcej informacji, a coraz mniej sensu. [...] Gdyż tam, gdzie – jak sądzimy – informacja wytwarza sens, dzieje się coś wręcz przeciwnego. Informacja pożera własną treść³¹.

Baudrillard stwierdza dalej:

informacja rozpuszcza sens i tkankę społeczną, tworząc swego rodzaju mgławicę, której przeznaczeniem nie jest wcale przerost innowacyjności, lecz – przeciwnie – osiągnięcie stanu maksymalnej entropii³².

Zdaje się tym samym pomijać fakt, iż ów entropijny system nie jest charakteryzowany przez zupełną dowolność, lecz sprawuje nad sobą samym wysublimowaną formę kontroli. Foucaultowska „mikrofizyka władzy”³³ ujawnia się w sprawującej nad potężną symulacją pieczę instytucji szeroko rozumianej szkoły³⁴, będącej rodzajem opresywnego substytutu doświadczenia i strzegącej przed nadmiernym wpływem strzępów doświadczeń bezpośrednich, blokując wszelkie próby opresyjnych reakcji:

Kto – jak nowoczesny człowiek [...] – własnych doświadczeń nie dokonuje już sam, ten musi kultywować namiastki doświadczenia. Tego rodzaju kulturą namiastkowego doświadczenia [...] jest – rozumiana w najszerszym sensie i łącznie z przedszkolem, szkołą wyższą, kształceniem podyplomowym i akademią seniorów – szkoła, która właśnie dlatego powstaje i w każdym bądź razie dokonuje ekspansji właściwie dopiero w nowoczesnych czasach; aby mieć surrogaty doświadczenia, trzeba bowiem coraz więcej się uczyć. Szkoła ogarnia więc coraz szersze obszary rzeczywistości naszego życia³⁵;

³¹ J. Baudrillard, *op. cit.*, s. 101 – 102.

³² *Ibidem*, s. 104.

³³ M. Foucault, *Nadzorować i karać*, Warszawa 2009, s. 28.

³⁴ O. Marquard, *ibidem*, s. 86.

³⁵ *Ibidem*, s. 86.

Szkoła jest zatem nadrzędną instytucją kontrolną współczesności. Należy jednak pamiętać, iż rodzaj sprawowanej przez nią władzy jest specyficzny, tj. odpowiadający pojęciu mikrofizyki władzy u Foucault:

Otóż badanie tej mikrofizyki zakłada, że sprawowanie władzy nie będzie pojmowane jako własność, ale jako strategia; że efekty dominacji przypisywane będą nie „zawłaszczeniu”, lecz dyspozycjom, manewrom, taktykom, działaniom; że odczyta się w niej raczej sieć nieustannie napiętych, nieustannie aktywnych stosunków niż jakiś przysługujący na stałe przywilej; że jej modelem będzie prędkiej nieustanna bitwa niż cesja lub podbój zawłaszczający jakąś domenę. [...] Trzeba w sumie przyjąć, że władzę tę raczej się sprawuje, niż się ją posiada, że nie jest ona zdobytym lub sprawowanym „przywilejem” klasy panującej, lecz całościowym następstwem jej sytuacji strategicznej³⁶

W sytuacji, gdy instytucja szkoły zaczyna – jak słusznie twierdzi Marquard – obejmować coraz szersze pole rzeczywistości, dochodzi do powstania mechanizmu, który kontroluje sam siebie:

władzy tej nie narzuca się zwyczajnie i po prostu, jak nakazu czy zakazu, tym, którzy jej „nie mają” – ona w nich i ich blokuje, istnieje w nich i poprzez nich, ma w nich oparcie, tak samo jak oni w swej walce z nią opierają się na ujęciach, jakie im narzuciła. Oznacza to, że stosunki te sięgają daleko w głąb społeczeństwa, nie sprowadzają się do relacji państwa do obywateli lub do walki klasowej ani nie zadowalają się odtwarzaniem na poziomie jednostek, ciał, gestów i zachowań ogólnej formy prawa czy rządu³⁷;

Sukcesywne zawłaszczanie rzeczywistości przez instytucję szkoły, działającą w sposób samonapędzający i samo kontrolujący się oraz prowadzący do uniformizacji i kryzysu indywidualizmu, który George Ritzer nazwał „makdonaldyzacją społeczeństwa”³⁸, skutkuje całkowitą zmianą sytuacji, w jakiej znajduje się człowiek nowoczesny:

³⁶ M. Foucault, *op. cit.*, s. 28.

³⁷ *Ibidem*, s. 28.

³⁸ G. Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa 2009.

Rzeczywistość wszakże – im bardziej [...] trzeba jej przez całe życie doświadczać pośrednio, tj. przez całe życie być nauczonym - zaczyna dosłownie przekształcać się naprawdę w szkołę: człowiek staje się – taka jest tendencja – całkowicie i bez reszty uczniem³⁹

Trudno nie dostrzec wyraźnego związku pomiędzy opisanym stanem rzeczy, a pojawieniem się pod koniec wieku XIX specyficznego typu człowieka, który z tego właśnie stanu jest zrodzony – *flâneura*. W świetle powyższych rozważań można by go określić mianem wagarowicza ku bytowi. *Flâneur* to podmiot naiwnie otwierający się na rzeczywistość, doświadczający jej *quasi*-biernie, lecz w bezpośredniej naoczności. To emigrant z powszechnego konstruktów, stworzonego przez instytucję szkoły, ku doświadczeniu jednostkowemu. Beata Szulęcka tak opisuje hipostazy *flâneura* sformułowane przez Zygmunta Baumaną w *Dwóch szkicach o moralności ponowoczesnej*:

Spacerowicz jest przechodniem wśród przechodniów, „reżyserem z urojenia”. Jego wolność i władza tkwią w spojrzeniu otwartym na nieskończoność interpretacji. Ulicę przeżywa czysto kinematograficznie, napotkani ludzie są powierzchniami-ekranami, o które na chwilę rozbija się nuda codzienności. Włączą zaś to ten, kogo w nieustannym ruchu utrzymuje żądza nowych podnieć, kto nie wyznacza sobie celu wędrówki, a jego szlak wytyczany jest przez gościnne porty⁴⁰.

Jeśli przyjąć, iż taka jest właśnie najogólniejsza charakterystyka ponowoczesnego emigranta z hiperrzeczywistości ku bytowi, wówczas stwierdzić należy, dochodząc tym samym do właściwej części niniejszego szkicu, iż jednym z ważniejszych wcieleni współczesnego *flâneura* jest reportażysta ponowoczesny.

Od razu dostrzec można jednak ważki problem: zmienił się nie tylko podmiot, lecz także jego otoczenie. Jeśli *flâneur*, ujmując rzecz metaforycznie, jest spacerowiczem, to rzecz trzeba, iż ulica, którą spaceruje, opanowana jest przez instytucję szkoły. Tym samym *flâneur* wpada w pułapkę: uciekając w pozór bezpośredniej naoczności i niezależności od instytucji, sam staje się maleńkim jej trybem:

³⁹ O. Marquard, *ibidem*, s. 86.

⁴⁰ B. Szulęcka, *My, ludzie z pustego obszaru. Kilka uwag o polskim flâneuryzmie*, „ResPublica Nowa”, nr 16/2011, s. 85.

Jednostka gubi się w gęszczy wieżowców, pomiędzy sznurami kolorowych samochodów, bezustannie natrafia na swoje odbicie [podkr. – MZ]: przegląda się w gładkich karoseriach, szklanych witrynach, spotyka swój schematyczny obraz w płachtach plakatów i świetlnych reklamach⁴¹.

W takim oto świecie żyje i tworzy reportażysta. W świecie, w którym, tropiąc rzeczywistość faktyczną, natrafia na jej pozór. Intuicyjnie przeczuwa to pęknięcie i ślady owego przecucia widoczne są w jego tekstach co krok. Z pełną świadomością niekompletności i szkicowości, spowodowanej z jednej strony ograniczoną objętością, z drugiej brakiem literatury, która by ten problem poruszała, wymienić można trzy najważniejsze przejawy tekstualne opisywanej sytuacji:

- 1) uchyłanie się od odpowiedzialności za słowo lub jej rozmywanie;
- 2) przedkładanie doświadczenia jednostkowego nad sądem syntetyzującym;
- 3) prymat płynnej rzeczywistości nad tekstem.

Wszystkie wymienione zjawiska w najbardziej wyraźny sposób widoczne są we wstępie do ostatniego tomu reportażu Mariusza Szczygła:

Marzyła mi się książka o moim ulubionym kraju bez napinania się. Żeby nie musiała odzwierciedlać, obiektywizować, syntetyzować.

Jestem niechlujnym czechofilem, ta książka nie jest kompetentnym przewodnikiem ani po kulturze czeskiej, ani po Czechach.

Nie jest obiektywna.

Nie rości sobie pretensji do niczego⁴².

Ten niezwykle samozachowawczy pakt komunikacyjny, zmierzający do wyzbycia się odpowiedzialności za słowo, jest wyraźnym śladem doświadczenia współczesności. Podmiot wydaje się być w pełni świadomy, iż niezależnie od wszelkich starań, tekstowi i tak będzie można zarzucić niekompetencję, subiektywizm czy fragmentaryczność. Ta ostatnia podkreślona jest w zakończeniu:

⁴¹ E. Kuruluk, *Hiperrealizm – nowy realizm*, Warszawa 1983, s. 46 – 47.

⁴² M. Szczygieł, *Zrób sobie raj*, Wołowiec 2010, s. 7.

Drodzy Czechofile,

każdy z Was będzie miał teraz pretensje, że książka ta nie zawiera wszystkiego, co jeszcze mogłaby zawierać⁴³.

Dziwny to zabieg jak na gatunek z założenia dążący do syntezy. Jednak skłonność do przenoszenia odpowiedzialności widoczna jest nie tylko u Szczygła. Najnowsza książka Jacka Hugo-Badera także rozpoczyna się ustanowieniem swoistego paktu:

To dobra okazja, żeby się wytłumaczyć. W sprawie konstrukcji i okładki tej książki. Że trzy części, ciemnozielony kolor, złote litery... Wszystko to Edii Dora [szamanka – MZ] widziała oczami duszy już rok temu.

[...] Ona wie wszystko. Nawet to, [...] kiedy książka ma być gotowa. Dokładnie dwanaście miesięcy po naszym spotkaniu, zatem w grudniu 2011 roku [wtedy też się ukazała – MZ]⁴⁴.

Oczywiście, jest to świadomy chwyt, a jednak prześwituje w nim potrzeba usprawiedliwienia; przeniesienia odpowiedzialności za utwór na nieosiągalny dla czytelnika podmiot – wymieniony z imienia i nazwiska! Widoczna jest tu również potrzeba oczyszczenia:

To, co trzymam w ręku, [mówi szamanka – MZ], zebrałam z ciebie. To są twoje złe doświadczenia z podróży, którą właśnie skończyłeś, złe wspomnienia, źli ludzie, niemoc, choroby, wódka, strach, zmęczenie... Oczyszcłam cię. I wszystkich ludzi, którzy przeczytają twoją książkę [podkr. – MZ] i nie sprawi im to przyjemności⁴⁵.

Nie dochodzi tutaj wyłącznie do schowania się za tekstem – przeniesienia odpowiedzialności za słowo na bohatera. Hugo-Bader idzie o krok dalej: rezygnuje z roszczeń wobec samego tekstu reportażu i wywołanych przezeń skutków. Tak istotny przebłysk ponowoczesności, niezależnie od tego, czy traktować go jako autentyczne wycofanie podmiotu, czy jedynie zabieg artystyczny, nie może pozostać niezauważony, podobnie jak wieńcząca wstęp książki

⁴³ *Ibidem*, s. 281.

⁴⁴ J. Hugo-Bader, *Dzienniki kołymskie*, Wołowiec 2011, s. 9.

⁴⁵ *Ibidem*, s. 10.

litota: „Wcale nie trzeba tej książki czytać od deski do deski. Żeby odbyć ze mną całą podróż, wystarczy przeczytać tylko *Dziennik*, zatem co drugi, trzeci rozdział”⁴⁶.

U Hugo-Badera, tak, jak w przypadku Szczygła, dochodzi do zaniku jakiejkolwiek roszczeniowości. Wydaje się, że istotniejszym dla podmiotu celem jest rodzaj autoterapii poprzez pisanie, aniżeli pełnienie funkcji zewnętrznych – np. funkcji informacyjnej. Ów akt „obmycia rąk” odczytywać można jako echo wspomnianego wyżej *flâneuryzmu*. Dzieło jawi się jako nieudolny zapis osobistej wędrówki, jako swoisty album fotograficzny z włączyć, nie zgłaszający pretensji do bycia cyklem fotoreporterskim. Dochodzi do ujednostkowienia, świadomego traktowania tekstu jako bytu osobnego, przy jednoczesnym rozmyciu odpowiedzialności za ten tekst – to rys ewidentnie postmodernistyczny.

Przeniesienie odpowiedzialności, o którym mowa, uwidacznia się nie tylko w formie komentarza metatekstualnego, lecz wyraźne jest w samych nowszych tekstach. Szczególnym przypadkiem jest obecna moda na „ożywianie głosów”. Jako klasyczny przykład może posłużyć *Wściekły pies*⁴⁷ Wojciecha Tochmana – kazanie anonimowego księdza-homoseksualisty zakażonego wirusem HIV:

Dzisiaj, drodzy bracia i siostry, obchodzimy Światowy Dzień Chorego. W siedemdziesiątą piątą rocznicę objawień fatimskich i w jedenastą rocznicę zamachu na swoje życie dzień ten ustanowił nasz umiłowany Jan Paweł II. Nasz wielki Papież Polak, który wiedział, co to ból.

[...] Dzisiejsza moja homilia będzie z pewnością dla wielu nie do udźwignięcia. A już na pewno nie dla dzieci. To jest homilia tylko dla dorosłych. Proszę, żeby dzieci teraz wyszły. Moi uczniowie również. Cokolwiek o mnie później usłyszycie, spróbujcie w ciszy się za mnie pomodlić.

[...] Co to za ciężar wobec ciężaru hostii! Muszę ją dźwigać razem z tamtymi obrazami. One wracają do mnie jak film, przewijają się. Widzę je szczególnie wtedy, gdy biorę ciało Chrystusa w dłonie, kiedy je podnoszę, kiedy mówię: bierzcie i jedzcie. Hostia jest coraz cięższa, a obrazy nie chcą mnie opuścić. Przeciwnie, nasilają się, widzę je: spocone torsy, bicepsy, płaskie brzuchy, mocne uda, ale mówię dalej: to jest ciało moje, które za was i za wielu będzie wydane⁴⁸.

⁴⁶ *Ibidem*, s. 10.

⁴⁷ W. Tochman, *Wściekły pies*, [w:] tegoż, *Bóg zapłać*, Wołowiec 2010.

⁴⁸ *Ibidem*, s. 217-218.

Z punktu widzenia struktury samego tekstu jest to narracja całkowicie obca wobec aktu twórczego reportażysty. Stworzone jest tu wrażenie żywego zapisu taśmy magnetofonowej, nawet jeśli utwór jest w rzeczywistości skonstruowany na podstawie wywiadu przez samego autora. Za tym ostatnim przemawia zakończenie tekstu:

Tyle. Wszystko, co tu powiedziałem, jest prawdą: mam trzydzieści trzy lata, mieszkam w Polsce, jestem księdzem, jestem homoseksualistą, jestem zakażony. Powinienem rzucić sutannę i odejść. Ale nigdy nie odejdę. I tej homilii nigdy nie wygłoszę, choć myślę o niej codziennie⁴⁹.

Tak, czy inaczej, intencja tekstu każe traktować go jako odnaleziony, nie zaś stworzony przez autora – podmiot literacki i bohater reportażu są w nim tożsami.

Inaczej wygląda instancja nadawcza w reportażu *Bóg zapłać*⁵⁰ tego samego autora. Technika „taśmy magnetofonowej” jest tu zachowana, dochodzi jednak do autorskiego zdia-logizowania dwóch niezależnych monologów:

On: Już kiedy miałem sześć lat, wiedziałem, że istnieje rzeczywistość mistyczna i że tutaj świata nie ma sensu sobie układać. Tam czeka na mnie inna rzeczywistość, tam się spełniają marzenia. [...] Skończyłem szesnaście lat i dostrzegłem niepowtarzalność drugiego człowieka. Miałem dwadzieścia kilka i poznałem ją, urodziło nam się pierwsze dziecko, wzięliśmy ślub. Moja żona? Zawsze żyła w kłamstwie.

Ona: Przyznam się panu, prosiłam Matkę Boską Dobrego Macierzyństwa, ocal mnie od dzieci, których jeszcze nie mam, oszczędź mi tego, co mnie zabija, powiem panu, jak jest, mam trzydzieści pięć lat, wykształcenie wyższe humanistyczne, żadnych relacji z ludźmi ze studiów, kontaktuję się raczej tylko z mężem [...] Kontaktuję się również z lekarzami, męża to denerwuje, bo mówią mi, że każda kolejna ciąża to samobójstwo [...]

On: Tak, jest zamieszany w nasze małżeństwo ktoś trzeci. Ale ja nie szukałem tej sytuacji, proszę pana, ta sytuacja odnalazła mnie. Ja zawsze żonie mówię prawdę, powiedziałem i o tym. Żyję w prawdzie. A prawda jest taka, że nasze małżeństwo nigdy nie zaistniało. Nie ma go. Tak naucza Kościół⁵¹.

⁴⁹ *Ibidem*, s. 234.

⁵⁰ W. Tochman, *Bóg zapłać*, [w:] *ibidem*.

⁵¹ *Ibidem*, s. 5 i 11.

Uchylenie się od odpowiedzialności za przekaz nie jest tu całkowite, natomiast surowa forma, w jakiej obydwie monologi zostały zachowane, oraz całkowity brak komentarza meta-tekstualnego sprawiają, iż przedstawiona konfiguracja dialogiczna odczytywana być raczej powinna jako autorska propozycja interpretacyjna, nie roszcząca sobie jednak prawa do wyłączności ani ostateczności

Wspomniane „ożywianie głosów” jest także przejawem drugiego z opisywanych zjawisk: przedkładania doświadczenia jednostkowego nad sąd syntetyzujący. Znana reguła dziennikarska, mówiąca o obowiązku weryfikacji każdego faktu w co najmniej dwóch niezależnych źródłach, coraz częściej przestaje w reportażach obowiązywać. Nie jest to jednak przejawem niedbalstwa, lecz przesunięcia akcentów: sąd syntetyzujący przestaje się liczyć. Istotniejsza staje się wartość doświadczenia jednostkowego: „Pytany jestem o moje miejsce w Czechach. Jakies moje miejsce szczęśliwe czy coś w tym rodzaju”⁵². Okazuje się, że funkcja emotywna zaczyna przeważać nad konatywną. Reportaże coraz częściej są zapisami subiektywnych, jednostkowych wrażeń nie będących bynajmniej elementami, z których Melchior Wańkowicz chciałby dopiero układać swoją mozaikę – są gotowym produktem. Trafnie ujął to Mariusz Szczygieł we wstępie do *Białej gorączki* Jacka Hugo-Badera:

Ryszard Kapuściński opisywał imperium z lotu ptaka; uchwycił mechanizmy myślenia, zachowań, procesów.

Hugo-Bader opisuje imperium z perspektywy wałęsającego się psa [a więc znów – *flâneura* – MZ]; chwyta mechanizmy myślenia, zachowań, procesów i na dodatek szczura za ogon⁵³.

Nowsze reportaże coraz częściej – choć, oczywiście, nie zawsze – rezygnują z obróbki materiału mającej na celu stworzenie spójnego komunikatu z mnogości świadectw – pozostają przy zapisie doświadczenia jednostkowego, lub – co również jest dosyć częste – decydują się na suche zestawienie wielu takich zapisów w jednym utworze. Przykładem – znów ze Szczygła – reportaż *Tu nikt nie lubi cierpieć*⁵⁴, w którym zestawiono prawie pięćdziesiąt anonimowych wypowiedzi różnych osób. Rola reportażysty ogranicza się do ich selekcji i

⁵² M. Szczygieł, *op. cit.*, s. 49.

⁵³ M. Szczygieł, *Zamiast wstępu*, [w:] J. Hugo-Bader, *Biała gorączka*, Wołowiec 2009, s. 5.

⁵⁴ M. Szczygieł, *Zrób sobie...*, s. 255 – 274.

odpowiedniego skomponowania, jednak są to zabiegi na poziomie konstrukcji tekstu, nie zaś jego treści⁵⁵.

Trzecie z opisywanych zjawisk, prymat płynnej rzeczywistości nad tekstem, przejawia się na dwa sposoby: wewnątrz- i intertekstualnie. Za przykład wewnątrztekstualny posłużyć może reportaż Jacka Hugo-Badera *Bomżycha*. Jego otwarte zakończenie sprawia, iż tekst, będący zazwyczaj opresywnie wydzielonym fragmentem rzeczywistości, przynajmniej z jednej strony pozostaje niedomknięty: „Śpisz? Przez kilka lat byłam kucharką przy ekspedycji geologicznej na Uralu. Kiedyś samą jedną na całą zimę odcięło mnie od świata z siedemnastoma chłopami i...”⁵⁶. Zastosowany tu zabieg „zerwanej taśmy”, mający z pewnością sprawiać wrażenie nagłego zapadnięcia w sen podmiotu literackiego, wysłuchującego późnowieczornego monologu bohaterki, jest ukłonem w kierunku rzeczywistości, pozostającej w sytuacji nadrzędnej wobec rejestrującego ją podmiotu. Jej nieprzekładalność okazuje się być nie tylko doniosłym problemem filozoficznym, lecz kwestią trywialną, bo związaną z biologicznymi ograniczeniami ludzkiej jednostki.

Natomiast przykładem bardziej filozoficznym, przykładem prymatu intertekstualnego, są dwa teksty Wojciecha Tochmana: *Mojżeszowy krzak* oraz *Amen*⁵⁷, z czego ostatni jest kontynuacją pierwszego. Decyzja o jej napisaniu jest pochodną tragizmu niedomykalności świata w tekście, świadomością, iż „wszystko płynie i nic nie trwa”:

Niektórym tamtego ranka świat się skończył. Ale innym nie: biegną miesiące, pory roku, śnieg pada, topnieje, robi się błoto dookoła Chrystusa. Orne pole wokół, na położenie chodnika przyjdzie jeszcze poczekać. Chrystus siedzi tu nagi, za szybą, ma frasobliwą twarz, patrzy na drogę: samochody pędzą, wyprzedzają, trąbią. Wygląda na to, że każdy chce jak najszybciej dotrzeć do celu.

Świat istnieje, co niektórych irytuje, budzi w nich złość⁵⁸.

Każdy tekst utrwała fragment rzeczywistości w bezruchu – i jest to ewidentne zakłamanie. Także próba rehabilitacji, w tym przypadku przyjmująca formę kontynuacji, jest fikcją tej rehabilitacji. Reportaż zatrzymuje świat, tym samym zadając mu kłam⁵⁹.

⁵⁵ Oczywiście, jest to również przykład tekstu, w którym dochodzi do wyraźnego rozmycia odpowiedzialności za słowo między wieloma anonimowymi bohaterami.

⁵⁶ J. Hugo-Bader, *Bomżycha*, [w:] tegoż, *Biała gorączka*, Wołowiec 2009, s. 386.

⁵⁷ Obydwa teksty pochodzą z cytowanego wyżej tomu *Bóg zapłać*.

⁵⁸ W. Tochman, *Amen*, [w:] tegoż, *Bóg...*, s. 195.

Niech ta skromna, z konieczności ograniczona objętościowo egzemplifikacja zarysowanych tez, sprowadzonych w swej ogólnej formie do trzech zjawisk, jakie można obserwować na płaszczyźnie tekstualnej reportażu ponowoczesnych, zakończy się analizą jednego jeszcze, najciekawszego chyba przypadku. Jego specyfika polega na pozornej sprzeczności względem opisywanych tendencji, tym ciekawszej z punktu widzenia proponowanej w niniejszym szkicu teorii. Reportaż Mariusza Szczygła *Zapaliło się łóżko* nie tylko nie uchyla się od odpowiedzialności, lecz tę odpowiedzialność na siebie przyjmuje. Nie przedkłada doświadczenia jednostkowego nad sąd syntetyzujący i nie rezygnuje z mnogości źródeł. W tym przypadku punktem wyjścia jest dla reportażysty wyrażona *explicite* próba konfrontacji fikcji z rzeczywistością faktyczną⁶⁰:

„Szanowny Panie Egonie Bondy,

wielu Czechów jest przekonanych, że wymyślił Pana Hrabal. Ci, którzy wiedzą, że nie został Pan wymyślony, uważają jednak, że Pan nie żyje. W związku z tym proszę spotkanie.

M. Szczygieł⁶¹”

Znamienne, iż jest to reportaż otwierający tom. Fikcjonalny, literacki opis – pozbawiony jakichkolwiek roszczeń do autentyzmu – autorstwa Bohumila Hrabala służy za punkt startowy w podróży czytelnika po Czechach Szczygła. Co więcej, bezpośrednio po przytoczonej wyżej korespondencji oraz niewiele dłuższej odpowiedzi jej adresata przywołany zostaje *in extenso* obszerny ustęp z samego Hrabala, będący opisem Bondy’ego. Następująca na dalszych stronach dość szczegółowa biografia filozofa przetkana charakterystyczną dla tekstów Szczygła relacją ze spotkania autora z bohaterem zmierzać ma rzekomo do pozytywnego *finis* – oto Egon Bondy, percypowany za sprawą Hrabala jako postać wyimaginowana, zostaje

⁵⁹ Podobna myśl pobrzmiewa z cytowanego wyżej zakończenia tomu *Zrób sobie raj* Mariusza Szczygła.

⁶⁰ Można potraktować ów tekst jako przykład czwartego, być może najistotniejszego zjawiska: prymatu wiedzy fikcjonalnej nad doświadczeniem empirycznym, będącego przejawem ekspansji instytucji szkoły. W tak wyrazistej, eksplicytniej formie jest ono jednak widoczne głównie w nowszych tekstach Szczygła (sam zresztą autor w jednym z wywiadów stwierdził rzecz znamioną: „Mówi się, że tematy leżą na ulicy. Otóż kryją się też w gazetach i księgarniach”. [A. Wójcińska, *Reporterzy bez fikcji*, Wołowiec 2011, s. 166]), stąd – z braku szerszej egzemplifikacji – traktować je należy jako raczkujące bądź sytuujące się na marginesie twórczości reportażowej. Oczywiście, teza Marquarda przekłada się ściśle na wiele innych tekstów, jednak – ze względu na implicytny charakter większości źródeł prezentowanej w nich wiedzy – jest to na tym etapie niezwykle trudne do udowodnienia. Należy jednak pamiętać, iż kwestia ta, choć pozostaje tymczasowo otwarta, jest jednocześnie kluczowa dla teorii reportażu ponowoczesnego.

⁶¹ M. Szczygieł, *Zrób sobie...*, s. 13.

przywrócony do życia. Ostatecznie jednak zabieg ten kończy się porażką: fikcja, występująca na początku tekstu, zostaje wyparta nie przez rzeczywistość, ale przez symulakr:

Egon Bondy nie żyje.

[...] Artykuł o jego śmierci zatytułowano *Śmiertelny papieros w łóżku Bondy'ego*. Pod informacją dodano „linki związane z tą wiadomością”:

„Łóżka – szeroki wybór on-line”.

„Szukacie łóżka czy materaca? Tysiące ofert tutaj!”

„Raj łóżek”⁶².

Ta cyniczna pointa jest żywym zapisem doświadczenia ponowoczesności: śmierć człowieka przestaje być aktem zamykającym, będąc zaledwie jednym z wielu uczestniczących w potężnej symulacji znaków.

Refleksja nad fikcjonalnością faktografii zmierza powoli, co wykazano wyżej, w innym niż dotychczas kierunku. Dochodzi obecnie do rozszerzenia semantycznego samego pojęcia, które przestaje być jedynie terminem teoretycznoliterackim zakładającym rodzaj umowy między twórcą a czytelnikiem, polegającej na tymczasowym zawieszeniu podejrzliwości wobec tekstu. Fikcja przestaje być świadomą grą komunikacyjną, opanowując samą rzeczywistość. Wielu może stwierdzić, iż prezentowane ujęcie jest przesadnie pesymistyczne; że fikcja wypiera realność tylko w niewielkim stopniu, a symulakry stanowią znikomy procent rzeczywistości. Być może byłoby to słuszne, gdyby nie fakt postępującej ekspansji opisywanych zjawisk. W sytuacji, gdy dziennikarstwo, któremu od zawsze przyświecała idea rzetelności i obiektywizmu, zaczyna w drastyczny sposób zmieniać swoją funkcję, a możliwości weryfikacji faktów drastycznie maleją, należy zdać sobie sprawę, iż to, co jeszcze niedawno wydawało się być jedynie abstrakcyjną teorią, staje się rzeczywiste. Ostatecznie, jak twierdził Michel Foucault, teoria jest praktyką.

⁶² *Ibidem*, s. 39.

Mateusz Zimnoch

FICTION AS A TRUTH.

REPRESENTATION ABILITIES OF THE POSTMODERN REPORTAGE

The article presents a new perspective in studies on fiction in reportage. As a philosophical category, fiction grips more and more areas of postmodern reality and starts to dominate on it, which is extensively described in works of such academics as Jean Baudrillard, Robert Spaemann and many others. It is an effect of acceleration described in Odo Marquard's *Apology of the Accidental*, which is particularly important for journalism and media. The changing function of reportage, that cannot compete with other genres and forms any more, is an argument for the new perspective in researches, that would focus not on conative, but on emotive function as a key for adequate lecture.

The article contains three parts. The first one is an attempt to dissolve a problem of truth and false. It bases on post-phenomenological and postmodern philosophy (Heidegger, Tarski, Quine, Tugendhat and others) and leads to an optimistic conclusion, that it is possible to hold a described opposition. An elimination of objectivity and focusing on comparison between sentence and reckoning, not between reckoning and reality, allows to decide on truthfulness of the sentence. On the other hand, extension of the category of intersubjectivity on particular subjective experiences can show us a possibility to create a repository of shared experiences, that – as a cultural facts – doesn't subject to opposition of truth and false.

The second part, based on Marquard's vision, tries to prove that a conclusion of the first part is not actual in postmodern reality. The reason for the fictionalization of the reality is the multistage mediation of most experiences. The real experiences give way to substitutes offered by the institution of omnipresent school. It's dominion over human brains takes form of Foucault's microphysics of power, becoming an self-propelled machine, so the process of mediation resembles a loop. The reality becomes a *simulacrum* – the sign without a *signifié*, the *signifiant* referring to other *signifiants*. The empire of signs consuming their own meaning change the reality into a pure fiction, that becomes the only possible truth.

The third part contains a short exemplification. It presents three main appearances, that can be observed in the last polish reportages. All three are the consequences of described changes in ontological structure of reality: 1) the evasion from responsibility; 2) the advantage of single experience over a synthetic reckoning; 3) the dominance of fluent reality over the text. An exemplification contains reportages by such journalists as Mariusz Szczygieł, Wojciech Tochman and Jacek Hugo-Bader. There are also some metatextual examples from interviews and introductions.

The conclusion of the dilatation is rather pessimistic. Postmodern reportage is a type of text, that tries to break the simulation and find the submerged reality itself, but it falls into a trap. The writer is aware of it, but he puts up a fight despite the fact he's doomed. He knows, that fiction not only covers reality, but also consumes it. The implosion of sense is irreversible and reportage, being a mirror of the present time, has to manage with the fact, that it's becoming the ghost image without a non-intertextual archetype.

Joanna Kędra¹

DIGITALIZATION OF PHOTOJOURNALISM: AN EXPERIMENT, BREAKING NEWS, AND SELF-EXPRESSION

Introduction

My purpose here is to discuss the state of photojournalism in the digital era, and to ask whether citizen, semi-art or experimental photojournalism is taking place over the news photography. I approach the topic from three perspectives and examine three different visual materials which illustrate current trends in photojournalism: an experiment, breaking news and self-expression. A collection of photographs – “A series of unfortunate events” from the Google Street View, taken by Michael Wolf, is the first visual material examined in this paper. Wolf photographed bike accidents, street fights and car fires from different parts of the world. He presented these images as a photograph story and received an Honorable Mention in the World Press Photo contest in 2011.

The citizen photojournalism phenomenon I discuss on the basis of an analysis of a still image of the Iranian woman Neda Agha Soltan, who was shot to death on a Tehran street during the anti-government demonstration in June 2009. The picture is a part of the amateur YouTube footage, taken with a mobile phone by one of the eyewitnesses of the incident.

The third visual material, which I analyze in this paper, is a series of photographs by Ou Zhihang, a Chinese photographer, who is doing naked push-ups at the places of topical significance in China. Similarly to Wolf, he received an Honorable Mention in the category of Contemporary Issues stories in 2010. The series presents an outstanding form of expression with indeed some informative components. It also raises the question of crossing the line between photojournalism and art photography by a professional journalist.

¹ Department of Communication, University of Jyväskylä, Finland

Definition of photojournalism

Along with the social and technical development of media, the definition of photojournalism and press photography has changed. Julianne H. Newton (2001) argues that “The photojournalist of the 1950s was challenged to produce technically perfect photographs; the photojournalist of the 21st century more often is expected to bring back significant content – the shot published may even be a technical poor grab frame from video” (p. 49).

The term *photo reporter* has emerged and become popularized after World War I, along with the development of photographic techniques of press (Wolny-Zmorzynski, 2007), which allowed for printing photographs instead of drawing pictures. Advances in equipment, especially the 35mm roll-film Leica that appeared in 1925, also played a crucial role in photojournalism development (Rosenblum, 2007). With a debut of “Life” magazine in 1936 and other picture journals, photojournalism became a profession. Among the first photojournalists were Robert Capa, Chim (David Seymour), Margaret Burke-White, W. Eugene Smith and Henri Cartier-Bresson – who is recognized both as a photo artist and photojournalist. This fact Claude Cookman (1998) underlines in his article:

Cartier-Bresson did make photographic art. His pictures sprang from a finely developed visual sensibility, and they have the power to evoke an aesthetic response in viewers. What is in danger of being minimized or denied is that he made this art while producing magazine and book photojournalism. (p. 4)

This paper attempts to show that contemporary professional photojournalism has, in many cases, much in common with an artistic form of expression. John Szarkowski (1968), former director of the photography department of the Museum of Modern Art in New York, while writing about Cartier-Bresson’s photographic work, explained that “the journalism has been the occasion, not the motive force, of his [Cartier-Bresson] own best work”. For some of the contemporary press photographers – similarly – photojournalism is just an occasion for new forms of visual expression.² This tendency raises the question of the definition of

² To bring just few examples: 2010, Arts and Entertainments, 3rd prize stories, Amit Sha’al. Photographer took black and white photos from 1926 to 1979, and went across Israel to locate the exact spots where they were taken. Then he hold the photos in front and shot a wider photo. 2010, “A series of unfortunate events” by Michael Wolf (farther described in this paper).

press photography. Is it always a news photograph, which frames current events, world conflicts, or social problems?

One of the recent classifications of the photojournalistic genres (Wolny-Zmorzynski, 2007) draws attention to the common indicators for all types of journalistic images. First of all, each press photograph is a picture, but the aim of this picture might be different. Secondly, a photograph should be detailed enough, but all the details should exist by purpose. Moreover, journalistic images fulfill four main functions: informative (communicative and cognitive), expressive, impressive and aesthetic. And finally – the person who presents an image is the author of this image; his or her name and profession is an assurance of responsibility for and authenticity of the image.

Terence Wright (2011) indicates that “in the press context, photographs might be seen primarily as conveyors of information about important events in the world ... We have to regard press photographs as part of a complex network of cultural phenomena” (p. 317). Contemporary press photography is not any longer a photograph, whose authorship is known. Nevertheless, the informative feature is still important for a reception process of journalistic images. Based on the definition of press photography, the term *photojournalism* could be defined as “a descriptive term for reporting visual information via various media” (Newton, 2001, p. 5). Therefore, a press photographer is “the one who reports the news to the general public through the medium of photography in newspapers, magazines, newsreels and television” (NPPA, 1950). In the epoch of digital visibility, one more medium should be added to this, quite old, definition – namely, the Internet.

In the era of digital representation photojournalism has evolved. Printed media more often choose to publish amateur photographs, instead of professional images. Nowadays, everyone can take a photograph and upload it on the Internet. Rosenblum (2007) comments on this phenomenon as follows:

With the advent of the cell phone camera, electronic imaging has become even more widely available and omnipresent, and photojournalists may find their professional expertise threatened or even supplanted by amateurs with cell phones who happened to present at significant events. (p. 637)

This paper critically examines different trends in contemporary photojournalism, based on samples of three different visual materials. As a research hypothesis I have assumed that the definition of photojournalism, especially in the digital era, should be redefined. My research questions indicate similarities and differences between analyzed visual materials and the current definition of photojournalism; they are described in details in the end of the following section.

Materials and Methods

Michael Wolf's photographic approach forms the first material to be examined here. In 2008 he moved after his wife to Paris, after living 16 years in Hong Kong. Interestingly, in Paris, he could not find any place worth photographing: "The problem was on the one hand that Paris has been photographed millions of times and there are so many clichés out there that I felt overwhelmed" – he explained in the interview for Seconds2Real (Reister, 2011) – "So in August 2008 I had the first idea to look at Street View and to use this new technology to take a different picture of Paris than that which had existed." He mounted his camera on the tripod in front of the computer screen and took pictures from the Google Street View. "A series of unfortunate events" is a collection of out of focus images of random people, who fall down on the street, have bike accidents, arguments with family members or fights with others. Pictures come not only from Paris' streets, but also from Sao Paulo, New York, several cities in Holland and Italy. They are a part of the 2-years long project based on the Google Street View application (Langton, 2011).

The World Press Photo Honorable Mention of this photographic series raised the question of the limits of photojournalism and of photography in general. When the "British Journal of Photography" published a short interview with Wolf (Laurent, 2011), an online discussion on its photojournalistic values has emerged: "is definitely neither photography nor journalism" (Andrew, 11.02.2011, 17:40), "This is clearly not photojournalism. Not by any definition that I know anyway" (Michael, 15.02.2011, 2:26). Wolf, however, appreciated a controversy: "I think it's incredible because the most important thing is to push the limits; get a discussion going" (Laurent, 2011). In reference to the controversy, which the project and prize elicited, it should be underlined that Wolf received not the regular prize, but an

Honorable Mention. This fact gives basis to the question of whether it is an example of photojournalism or not.

The second visual material analyzed in this paper is an image from the mobile telephone footage – an example of citizen photojournalism. The image captured the moment of death of the Iranian woman Neda Agha Soltan, who was killed during the demonstration in Tehran, disputing the result of the country's presidential election in June 2009. Neda herself did not take part in the demonstrations, she just happened to be in the vicinity of them (Fathi, 2009). Nevertheless, Neda became the "Web 2.0 icon of post-election unrest in Iran" – as Mette Mortensen (2011) names her. She argues further, that "at least for a while, most of the world became familiar with Neda's face; young, beautiful and covered with blood. The footage was ascribed instant authority as the principle icon of the protest movement in Iran and became the object of intense public emotionality" (p. 7). Both the footage of Neda's death and a frame with her face covered with blood was widely reproduced in social and mainstream media. The image received an Honorable Mention of the jury of the 2010 World Press Photo contest, for its "exceptional impact on news reporting worldwide ... and [that] it could not have been made by a professional photographer" (Lundelin, 2010, p. 147). The last argument of the jury should be underlined in the discussion on the contemporary condition of photojournalism. The question to be addressed is how amateur photography has changed the profession of press photojournalism.

The third visual material discussed in this paper is a series of photographs – "Moment", taken by the Chinese journalist (TV presenter and producer) and artist Ou Zhihang. He used his own body in the photographic work, doing naked push-ups in the places of topical significance for China: "I insert the human body into a landmark which we have taken for granted, in the hope of creating a unique scene and a special tension" – he explained in the interview for the online edition of "China Daily" (Shuhan, 2009). The series "Moment" (2009) combined the conceptual performances of the "Ou-style Push-up" (started around 2000) and major social events of 21st century China (Guangzhou Live). Photographs refer for instance to cases of the burning of the CCTV building, the death at the Yunnan prison, violence at the Tonghua Iron and Steel Company, the collapse of a residential building in Shanghai and many more. In the interview, Ou stated the aim of this photograph story: "I hope viewers will look beyond my fragile body and its paranoid presentation to think about historical truth and all kinds of social issues hidden beneath the surface." (Shuhan, 2009)

Karin Becker (1996, p.19) has argued that one of the most common way that press photographers achieve self-reflexivity is that they include themselves in photograph, with attributes of their work. Therefore, the fact that a photographer is a part of the subject framed is not a new phenomenon in photojournalism. "Their presence in the picture prevents the illusion that journalists are outside the event, as objective observers" – underlines Becker, (1996, p.19). In the photographs by Ou Zhihang, however, the photographer appears without any indicators of his profession. He has been framed in a very unusual way: doing naked push-ups. Therefore, the series presents a form of an artistic *self-expression*, rather than *self-reflection*.

This small sample of three visual materials was selected in order to illustrate diverse and extreme practices in contemporary photojournalism and to evaluate the definition of photojournalism in digital era. One common denominator for all three samples is the fact that they received an Honorable Mention in the World Press Photo contest, which means that they were partly considered photojournalism, but not in all aspects. Therefore, I conducted a qualitative comparative content analysis (Kędra, 2010) of these images, on the basis of the definition of press photography (Wolny-Zmorzynski, 2007) and photojournalism (Newton 2001, NPPA 1950). Firstly, I described the aim of each visual material, as well as visual details, which indicate particular situation, problem, issue or event framed in the picture(s). Secondly, I evaluated how the visual materials analyzed fulfill four main functions of press photography: informative (How is information communicated? Is it readable? Is it culturally universal?), expressive (i.e. photographer's relation to the presented story/subject; important factors: frame, light, color, technique, etc.), impressive (How does the visual material address the viewer?) and aesthetic (i.e. evaluation of the aesthetic values of the visual material, apart from picture's theme). And finally, the analysis focused on a person, who took particular photograph(s): Who is he? What is known about this person? How does this information assure responsibility and authenticity of the visual material?

Findings

The aim of each visual material was slightly different. Wolf admitted (Langton, 2011) that he wanted to experiment with Google Street View and explore the city through this ap-

plication. His aim was also to provoke discussion on photojournalism, based on the project of “unfortunate events” (Laurent, 2011). Similarly, Ou Zhihang, by placing his naked body in a frame, intended to catch the viewer’s attention. In each photograph of the series, his naked body is framed in an unfamiliar urban or industrial area. This form of visual representation is much more typical for modern art than for photojournalism. However, the aim of the series is to inform about particular events and problems in China – but the photographer plays with the convention of reporting. On the other hand, the aim of an unprofessional photograph of Neda is *to show* a brutality of the Iranian government, the beauty of a defenseless victim and *to inform* about what had happened to the innocent woman in Tehran. This photograph, therefore, accomplishes two key aspects of news photography: information and representation.

Further analysis also showed significant differences between the visual materials. Wolf’s pictures are not detailed enough to allow for a complementary denotation of information: people’s faces, number plates and other elements are not sharp. Therefore, the viewer knows *what* happened, but does not know *to whom*. In contrast, the second visual material, which is also not sharp enough, contains an adequate amount of visual details, which indicate the story: victim’s gaze, blood, arms of people who try to help her. Interestingly, Ou Zhihang operates only with one visual detail – his naked body – which catches the viewer’s attention and encourages exploring the story in a picture. This one visual detail forces to connote an image. A viewer looks for an explanation of the significance of a place framed in a photograph: what kind of information does it conceal? However, any visual element answers this question – only a caption.

Among the analyzed visual materials, two of them – “A series of unfortunate events” and picture of Neda – communicate information directly to the viewer. However, in Wolf’s material, information operates rather as a gossip than news (because of a topic of some situations framed). Conversely, Ou’s photographs realize an informative function not visually but through caption. The information transferred in these pictures is, therefore, not culturally universal – without a caption, signification of the places is difficult to recognize by a viewer who does not share same culture as photographer. The diversity of a caption in all these materials is very interesting. In Wolf’s photographs, caption acts as an explanation of the photographic technique and a short introduction to the Google Street View (WPP, 2011). In fact, this series presents everyday life situations, which do not require further explanation in

words in order to be understood. The photograph of Neda, on the other hand, taken from the footage which first appeared in the social networks (Facebook and YouTube), and then in the mainstream media, did not have any caption. It took a few days for these media to agree on the one version of events, which could work as a caption to the story:

“Neda, a 26-year-old graduate from the Islamic Azad University in Tehran, was shot, suddenly and seemingly unprovoked, while attending a demonstration against the suspected rigging of the 12 June election that secured another term in office for the president in power, Mahmoud Ahmadinejad.” (Mortensen, 2011, p. 6)

Nevertheless, the photograph of Neda fulfills an informative function mainly visually; the caption gives only some additional details to the story.

As regards the expressive function, it is also realized differently in each visual material. Wolf's relation to the presented subject is irreverent as he has framed some embarrassing situations. He acts as an anonymous observer, even voyeur – not a professional photojournalist, expected to be sensitive both to the subject and object in pictures. On the other hand, Ou's relation to the subject is very close, even intimate, because he has framed himself being naked in the places of topical significance. By using only full shots, he has, however, built a visual opposition between the relation to the subject and type of framing. More typical for photojournalism, but still unbalanced, is the realization of an expressive function in the picture of Neda. The photographer seems to be deeply engaged in the story, also as a participant of an event. This feature is characteristic of citizen journalism.

The viewer is not visually addressed by Wolf's photographs. Embarrassing situations framed in these pictures make the viewer feel less confident in relation to the photographer. Contrary to this, the photograph of Neda horrifies with its brutality, violence and blood in a close-up. Her gaze indicates hopelessness; even if she is not looking into the lens, her one eye catches the viewer's attention, who would like to know where she is now with her thoughts. Neda's gaze is like Barthes' punctum (Barthes, 1979/1993) of this photograph. In Ou's series, as has been already mentioned, the photographer's naked body catches the viewer's attention. It also works as a pointer for the viewer, letting to look at the particular place, framed in the background.

Both Wolf's material and the picture of Neda are aesthetically quite poor, being for instance not sharp enough. "A series of unfortunate events" is, however, an interesting approach to (press) photography, employing digital media. Also Neda's photograph, as appearing at first on the Internet, has become iconic (even if the photograph is too violent, not sharp and has a chaotic frame) and the woman in the picture is recognized as an icon of the Iranian revolution (Mortensen, 2011, p. 7). On the other hand, Ou's series represents high aesthetic values through an unconventional way of visual reporting of events. There is also something disturbing in these pictures: naked man in an unfriendly environment (high buildings, garbage and dirt); a viewer may ask – why? What does *being naked* in the public space mean in the photographer's culture? – does this fact add some additional information to the pictures?

An important factor, which influences the definition of press photography, is the profession of a person who stands behind the lens – an indicator of his or her responsibility for an image. Michael Wolf used to be a photojournalist, but nowadays he is working on his own photographic projects (Laurent, 2011). One of these projects was "A series of unfortunate events", which he called photography: "...of course it's photography! I'm using camera and taking pictures (*sic!*). It's just on the different level; it's a virtual way of interpreting reality" (Langton, 2011). However, he did not name it *photojournalism*, even if he had entered these images in four categories of the World Press Photo contest: Portrait Series, Nature, Contemporary Issues and Daily Life (Laurent, 2011). Michael Wolf's professional background undoubtedly influenced on the Google Street View project: a professional photographer, knowing conventions of photojournalism, trying to break them by using a virtual way of representation.

Ou Zhihang is not a professional photojournalist. However, he has been working as a television journalist in Guangdong TV (Shuhan, 2009). The fact that he presents his own country and culture in the photographic project proves authenticity, as well as responsibility for the visual material. Authenticity is also ascribed to the picture of Neda, even if the name of the photographer is unknown. This feature is characteristic for citizen photojournalism, as Susan Lai (2011) points out: "Images taken by amateur photographers have the essence of *truth* ... Photography by amateurs are in their most authentic and straightforward state" (p. 702). The results indicate that a person who is taking (press) photographs does not have to

be a professional photojournalist, but may either have a background in journalism or be a so-called *citizen photojournalist*, which ascribes authenticity to the picture.

Discussion

Henri Cartier-Bresson, mentioned in the Introduction as both a photo artist (creating in a spirit of surrealism) and photojournalist, has once explained why he preferred to call himself a photojournalist rather than an artist:

May I give you the reason for that label *photojournalism* and tell you who suggested it. It was Robert Capa ... [who] warned me: if the label *Surrealism* is attached to you ... you will have an exhibition once in a while and your work will become precious and confidential. Keep on doing what you want, but use the name *photojournalism*, which will put you in direct contact with what is going on in the world. (Cookman, 1998, p. 7)

The findings of this study indicated that the person (who is) taking press photographs does not necessarily have to be a photojournalist. He or she can be an artist, a former journalist or even an unknown eyewitness of the event framed. The term *press photography*, which is used to classify an image, is determined by the content of this image.

It was hypothesized that the definition of photojournalism should be reformulated according to some changes caused by the digital era (usage of mobile phones and iPods with cameras; new applications as Google Street View). The visual materials chosen for this study are extreme examples of current trends in photojournalism. It is even discussable, if they are samples of photojournalism. Therefore, it is impossible to formulate one definition of photojournalism. However, some important aspects, caused by the influence of digitalization, are important to underline. The role of caption is, for instance, one of these facets. In the material analyzed for this paper, there was either no caption, or it was added after the photograph had appeared in social and mainstream media. The third material (Ou's photographs) included captions, which fulfilled an informative role instead of visual details in the picture.

Surprisingly, most aspects of the definition of photojournalism (Wolny-Zmorzynski, 2007; Newton, 2001; NPPA 1950) have been achieved by the photograph of Neda – a sample

of citizen photojournalism. Neither Wolf's nor Ou's series fit into current categories – catching viewer's attention, but using unusual forms of visual expression (photographs of digitally taken photographs; photographer's naked body as an object in photography). This tendency was already observed by Rosenblum (2007):

By the 1990s, it was widely acknowledged that the photographic image was no longer considered simply a depiction of reality – no matter how aesthetically conceived – but could now be dissected for underlying meanings like a written text. Many photographers turned their camera lenses inward, focusing on their own bodies and activities, their own actions and deportments. (p. 639)

Conclusion

The contemporary approach to photojournalism is balancing on the edge of art and experiment. Therefore, it is possible that in the future, professional press photography will not tell stories and bring answers, but will raise more questions on the subject framed. Instead, a new trend of citizen photojournalism will develop.

It is also questionable if the term *photojournalism* should be still in use. Unless the new classification of press photography genres would be available, we could rather think in categories of photos *in* journalism instead of a photojournalism.

References

- Barthes, R. (1993). *Camera lucida: Reflections on photography* (R. Howard, Trans.). London: Vintage. (Original work published 1979).
- Becker, K. (1996). *Pictures in the Press: Yesterday, Today and Tomorrow* [Electronic version]. In U. Carlsson (ed.) *Medierna i samhället. Igår, idag, imorgon*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Gloc, J. (2010). Zobaczyć więcej. O analizie fotografii prasowej. [To See More. On Analysis of the Press Photography]. *Zeszyty Prasoznawcze*, 3-4 (203-204), 175-191.
- Cookman, C. (1998, Spring). Compelled to witness: The social realism of Henri Cartier-Bresson [Electronic version]. *Journalism History* 24:1, 2-15.
- Fathi, N. (2009). In a Death Seen Around the World, a Symbol of Iranian Protests. *The New York Times* 23 June. [Retrieved: 3.02.2012] <http://www.nytimes.com/2009/06/23/world/middleeast/23neda.html>

- Guangzhou Live website, *Ou Zhihang, China* [Retrieved: 2.02.2012]
<http://www.guangzhoulive.org/artists/4f75205a686968616e672c204368696e61.html>
- Lai, S. (2011). Iconic images and citizen journalism [Electronic version]. *Proceedings of the 2011 iConference* (pp.702-703). New York.
- Langton, L. (2011). *An interview with award-winning photographer Michael Wolf*. World Press Photo 7 May [Retrieved: 7.02.2012] <http://www.worldpressphoto.org/photo/2011michaelwolfcis-hm-al?gallery=890>
- Laurent, O. (2011). World Press Photo: Is Google Street View photojournalism? *British Journal of Photography* 11 February. [Retrieved: 6.02.2012] <http://www.bjp-online.com/british-journal-of-photography/news/2025845/world-press-photo-google-street-view-photojournalism>
- Lundelin, K. (ed.) (2010). *World Press Photo 2010 Yearbook*. Amsterdam: Schilt Publishing.
- Mortensen, M. (2011). When citizen photojournalism sets the news agenda: Neda Agha Soltan as a Web 2.0 icon of post-election unrest in Iran [Electronic version]. *Global Media and Communication* 7(1), 4-16.
- National Press Photographers Association (1950). *Complete book of press photography*. NY: National Press Photographers Association.
- Newton, J.H. (2001). *The burden of visual truth: The role of photojournalism in mediating reality*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reister, Ch. (2011). Interview with Michael Wolf. *Seconds2Real* 7 February [Retrieved: 3.02.2012] <http://www.seconds2real.com/2011/02/07/interview-with-michael-wolf/>
- Rosenblum, N. (2007). *A world history of photography* (4th ed.). New York & London: Abbeville Press Publishers.
- Shuhan, G. (2009). Naked truth. *China Daily* 11 December [Retrieved: 2.02.2012] http://www.chinadaily.com.cn/life/2009-12/11/content_9160231.htm
- Szarkowski, J. (1968). Wall label for *Cartier-Bresson: Recent Photographs*, exhibition at the Museum of Modern Art, New York City.
- Wolny-Zmorzynski, K. (2007). Fotograficzne gatunki dziennikarskie [Photo journalistic genres]. Warsaw: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- World Press Photo (2011). *Contemporary Issues stories, Honorable Mention, Michael Wolf*. [Retrieved: 23.02.2012] <http://www.worldpressphoto.org/photo/2011michaelwolfcis-hm-al?gallery=890>
- Wright, T. (2011). Press photography and visual rhetoric. In E. Margolis & L. Pauwels (Eds.), *The Sage handbook of visual research methods* (pp. 317-336). London: Sage.

Visual material analyzed in this article

- Ou, Z. (2009). World Press Photo 2010. *Contemporary Issues stories, Honorable Mention, Ou Zhihang*. [Retrieved: 23.02.2012]

<http://www.archive.worldpressphoto.org/search/layout/result/indeling/detailwpp/form/wpp/start/38/q/ishoofdafbeelding/true/trefwoord/year/2009?id=wpp%3Acol1%3Adat10256>

Picture of Neda Agha Soltan (2009). In: Lundelin, K. (ed.). *World Press Photo 2010 Yearbook*. Amsterdam: Schilt Publishing, p. 147.

Wolf, M. (2010). *A series of unfortunate events*. In: World Press Photo 2011. *Contemporary Issues stories, Honorable Mention, Michael Wolf*. [Retrieved: 23.02.2012]

<http://www.worldpressphoto.org/photo/2011michaelwolfcis-hm-al?gallery=890>

Streszczenie

Joanna Kędra

DIGITALIZACJA FOTOREPORTAŻU: EKSPERYMENT, AKTUALNOŚCI, AUTO-EKSPRESJA

Współczesne dziennikarstwo fotograficzne podlega procesowi digitalizacji mediów. Zjawisko tzw. dziennikarstwa obywatelskiego zyskuje na popularności. Fakt ten sprawia, iż profesjonalni fotoreporterzy poszukują fotograficznej niszy, balansując tym samym na granicy dziennikarstwa, eksperymentu oraz artystycznych form ekspresji.

W artykule zostały omówione trzy materiały wizualne, prezentujące trzy różne podejścia do zagadnienia dziennikarstwa fotograficznego. Zdjęcia poddano jakościowej analizie treści (Kędra, 2010), dla której klucz kategoryzacyjny zbudowano na podstawie definicji fotografii prasowej (Wolny-Zmorzynski, 2007) oraz dziennikarstwa fotograficznego (Newton, 2001; NPPA 1950). Jako hipotezę dla analizy, przyjęto twierdzenie o potrzebie zmiany definicji fotografii prasowej.

Pierwszy analizowany materiał, to seria fotografii wykonanych przez Michaela Wolfa w oparciu o internetową aplikację Google Street View. Fotograf wykonywał zdjęcia obrazów już istniejących, uchwyconych wcześniej przez kamery Google i wyszukane przez innych użytkowników aplikacji. Tematem serii fotografii są niefortunne, przypadkowe zdarzenia („A series of unfortunate events”), takie jak wypadki rowerowe, pożary samochodów, uliczne i domowe kłótnie i bójk.

Drugi materiał wizualny, to obraz z kilkunastosekundowego filmu, nakręconego telefonem komórkowym i umieszczonego na portalu YouTube przez anonimowego użytkownika. Fotografia przedstawia Irankę – Nedę Agha Soltan, która została przypadkowo zastrzelona podczas politycznych demonstracji w Teheranie w 2009 roku. Obraz jest przykładem obywatelskiego dziennikarstwa fotograficznego.

Trzeci materiał wizualny, to seria fotografii chińskiego dziennikarza telewizyjnego Ou Zhihanga. Sfotografował on siebie, wykonującego nago pompki w miejscach o szczególnym znaczeniu społecznym i politycznym, np. pożar budynku telewizji CCTV, niewyjaśnione przyczyny śmierci osadzonego w więzieniu Yunnan, katastrofa budowlana w Szanghaju, etc.

Wnioski z badań potwierdziły potrzebę redefinicji terminu „fotografia prasowa”. Współczesne zjawiska w dziennikarstwie prasowym, takie jak dziennikarstwo obywatelskie, zdjęcia artystyczno-informacyjne, czy eksperymentujące, wskazują na potrzebę określenia nowych ram dla dziennikarstwa fotograficznego i fotograficznych gatunków dziennikarskich. Proces digitalizacji mediów sprawił, że współcześnie mamy do czynienia już nie z fotografią prasową, ale z fotografią w prasie.

Abstract

Joanna Kędra

Definition of photojournalism is changing constantly. Main factor, which influences this change, is the process of media digitalization. The profession of news photographer has been recently entered by citizen photo journalists, who are in the right place within the right time with their pocket-cameras. Therefore, some professional photographers are looking for a niche, and experiment with new themes and forms of visual expression. These kinds of practices raise a question of the limits of photojournalism.

This paper examines the process of digitalization and its influence on current trends in photojournalism. Study is based on analysis of three different visual materials. Discussed samples oscillate between an experiment, news and art narratives. Interestingly, all three visual samples were mentioned as press (or news) photographs by the World Press Photo Foundation in Amsterdam.

The first visual material, discussed in this paper, is a collection of photographs – “A series of unfortunate events” from the Google Street View, taken by Michael Wolf. Pictures present mainly bike accidents, street fights and car fires. For this story, Wolf received an Honorable Mention in the World Press Photo contest. The main question, which arises from these images, concerns the limits of photojournalism; the factual authorship, quality and ethics of this form of digitally taken images.

Second sample – image of the death of Iranian woman Neda – leads the discussion towards quite new phenomenon of citizen photojournalism. Mentioned photograph is a part of a YouTube film, which was shot in 2009 in Teheran, during the anti-governmental riots. This non-professional image has run around the globe as a breaking news and symbol of the Iranian revolution. Analysis of the story behind the photograph has emphasized the growing role of amateur images, taken with iPods and mobile phones, in the circulation of information.

Therefore, professional news photographers are looking for an outstanding form of expression. One of the recent trends is to present oneself on photographs in order to arouse a wider discussion on social or political problems. Ou Zhihang took a series of photographs with himself doing naked push-ups at the places of topical significance. The series raises a question of documentary photography as an artistic self-expression with indeed some informative components.

The material analyzed and discussed in this paper, calls into question the future of photojournalism in digital era. Viewers faced the problem of choice between professional and amateur news photography. However, professionals more often produce images, which demand deeper interpretation, similarly to art. On the other hand, amateur photography fulfills a need for fast information, but – quite often – in poor and dubious quality. Towards which direction, therefore, photojournalism does head for?

Kazimierz Wolny-Zmorzyński

OCENA I WARTOŚCIOWANIE FOTOGRAFII DZIENNIKARSKIEJ

Każdy może od razu po spojrzeniu na fotografię dziennikarską powiedzieć, co czuje, czego się z niej dowiaduje, może też ograniczyć się do stwierdzenia, że jest dobra albo zła, wstrząsająca lub – po prostu – obojętna, nierobiąca zupełnie żadnego wrażenia (ale czy to możliwe?). Te pierwsze przekonania o danej fotografii dotyczą czysto odbiorczych doznań tzw. emocji wstępnych, które nie mają nic wspólnego z wartościującą oceną¹, do czego odbiorca nie musi mieć stosownego przygotowania. Inaczej się jednak będzie rzecz miała, gdy fotografię przyjdzie omówić, spojrzeć na nią krytycznie, a jej autora uznać za mistrza godnego naśladowania.

Jak oceniać i wartościować fotografię dziennikarską i kogo z fotoreporterów uznać za wzór do naśladowania? Czy brać pod uwagę wyłącznie pierwsze pozytywne wrażenie jakie robi fotografia na odbiorcy (akceptacja fotografii, emocjonalny zachwyt) lub negatywne (odrzućcie fotografii, a nawet – z pewnych względów - potępienie)². Czy za mistrza uznać kogoś, na którego prace odbiorcy nie pozostają obojętni bez względu na jej przekaz, czy kogoś, kto potrafi wzruszyć w sposób szczególny, podkreślając oryginalność ujęć, spostrzegawczość w utrwalaniu danego momentu a może kogoś, kto jest nagradzany na wszelkiego rodzaju konkursach?

Problemem wartości z różnych punktów widzenia interesowali się od wieków filozofowie. W tym miejscu podkreślimy, że przez wartość będziemy:

„rozumieć zdolność jakiegoś przedmiotu do spełnienia funkcji zaspokajającej określoną potrzebę ludzką. Wartość jest więc zawsze – jak mówi Henryk Markiewicz - wartością dla kogoś, jednostki czy grupy społecznej, i w tym sensie jest subiektywna, ale jednocześnie ma swój aspekt obiektywny, bo uzależniona jest od właściwości danego przedmiotu jako całości albo od właściwości jego elementów, albo wreszcie od stosunków między jego elementami lub właściwościami. Wartość zatem istnieje w przedmiocie potencjalnie, ujawnia się zaś, ak-

¹ Por. Roman Ingarden, *Przeżycie, dzieło, wartość*. Wydawnictwo Literackie. Kraków 1966, s. 11.

² Por. Roman Ingarden, *Przeżycie, dzieło, wartość*. Wydawnictwo Literackie. Kraków 1966, s. 16.

tualizuje w zaspokajającym potrzebę jego użytkowaniu. Zaspokojenie to pozwala nam w sądzie wartościującym, czyli ocenie, przypisać przedmiotowi (o ile nie uległ zużyciu) dyspozycję trwałą do zaspokajania analogicznych potrzeb³”.

Fotoreporterzy, oceniając właśnie dla swych potrzeb fotografie⁴, zwracają uwagę na wartość, która jest wartością dla nich samych lub ich środowiska. Biorą więc pod uwagę:

- pomysł,
- kompozycję,
- orientację kadru (poziom lub pion),
- wykorzystanie planu (blisko – daleko),
- prezentację pojedynczej sytuacji z głębszym przekazem (co z fotografii wynika?),
- wreszcie użycie koloru lub czerni i bieli.

Fotoreporterzy oceniają więc – i to jest zasadne - elementy warsztatu. Jednak trzeba pamiętać, że fotografia dziennikarska należy do tego typu fotografii, które są niepozorowane. Jedną z jej wartości jest – oprócz elementów warsztatowych – także pokazanie przez fotoreportera danego niepowtarzalnego, zaskakującego zjawiska, „odpowiedniego momentu”⁵, który ma wpłynąć na odbiorcę, zrobić na nim wrażenie. Fotoreporterowi nie wolno dlatego „nie przegapić – jak twierdzą Krzysztof Tomicz i Marcin Brzozowski - trwającego ułamki sekund momentu wzruszenia, radości czy też złości danych osób”⁶.

Co jest więc istotne przy wartościowaniu fotografii dziennikarskiej?

Podstawową funkcją fotografii dziennikarskiej jest informacja, dlatego najważniejsza jest jej wartość poznawcza. Fotografia typu dziennikarskiego nie ma się najpierw podobać, ale ma dawać wiedzę o prezentowanym, utrwalonym na obrazie fotograficznym zjawisku. Takie jest jej podstawowe zadanie. W fotografii dziennikarskiej w pierwszej kolejności nie chodzi o estetyczne ujmowanie rzeczywistości, ale pokazywanie świata w taki sposób, jak on wygląda, a nie jak oczekują tego odbiorcy⁷. W drugiej kolejności zaś istotna jest kompozycja

³ Henryk Markiewicz, *Wartości i oceny w badaniach literackich*. W: Tegoż, *Główne problemy wiedzy o literaturze*. Wydawnictwo Literackie. Kraków 1966, s. 322.

⁴ Por. oceny zdjęcia miesiąca w miesięczniku „PRESS”.

⁵ John G. Morris, *Zdobycie zdjęcie. Moja historia fotografii prasowej*. Przełożył Maciej Świergocki. Warszawa 2007, s. 233.

⁶ Krzysztof Tomicz, Marcin Brzozowski, *Jak robić doskonałe zdjęcia?* Wydawca: Riniger Axel Springer Polska. Warszawa 2011, s. 21.

⁷ Maksyma fotoreporterów World Press Photo.

ujęć, orientacje kadru, plan, prezentacja zjawiska, użycie koloru lub czerni i bieli, co ma także wpływ na odbiorcę, do którego jest ona kierowana.

Fotografia dziennikarska jest świadectwem rejestrującym dany, istotny moment, który udało się fotoreporterowi utrwalić. Na fotografię dziennikarską należy patrzeć nie jak na dzieło sztuki artystycznej (choć może wywoływać doznania estetyczne), ale jak na obraz, na którym zgromadzone są szczegóły, z których składa się bieżące życie. Obraz fotograficzny jest publikacją, która zwraca uwagę odbiorców na coś godnego zatrzymania się i utrwalenia. Dlatego ma on swoją wartość:

- informacyjną (komunikatywno-poznawczą),
- ekspresywną,
- impresywną,
- wreszcie estetyczną⁸.

Fotografia artystyczna i dziennikarska budzą u odbiorcy wrażenia estetyczne i impresywne, ale każda w inny sposób. Artystyczna porusza wyobraźnię, nakłania do refleksji, daje większą swobodę interpretacyjną. Dziennikarska również nakłania do refleksji, pozwala poznawać rzeczywistość, porusza wyobraźnię, ale wrażenie jakie robi na odbiorcy zależy od nośności zawartej w niej realnej informacji, a w związku z tym i interpretacja może mieć swoje granice.

W fotografii artystycznej najważniejsza jest wartość estetyczna, która wyzwala uczucie zadowolenia, spełnienia, doznania przyjemności lub wstrętu, podpowiada nowe rozwiązania interpretacyjne prezentowanego zjawiska, zaskakuje ujęciami, nawet jest pewnego rodzaju prowokacją. Autorowi tego typu fotografii zależy na tym, by odbiorca szybko reagował na to,

⁸ Por. Paweł Dubiel, Edward Kamiński, *Ilustracyjność dzienników polskich*. „Zeszyty Prasoznawcze” Rok 1965, nr 1 oraz Paweł Dubiel, Edward Kamiński, *Ilustracyjność ilustracji w dziennikach*. „Zeszyty Prasoznawcze” Rok 1966, nr 1: wyróżnili: **funkcję dekoratywną** i **informacyjną** fotografii; Anna Smolińska, *O funkcjach fotografii prasowej*. „Zeszyty Prasoznawcze” Rok 1972 nr 4: wyróżniła **funkcję konkretyzacyjną** – uzupełniającą przekaz słowny (dopowiadającą); Alfred Ligocki, *Funkcje poznawcze fotografii*. W: Tegoż, *Czy istnieje fotografia socjologiczna?* Kraków 1987, s. 10-27: wyróżnił **funkcję poznawczą** fotografii; Roch Sulima, *Album „cieni”. Słowo i fotografia w kulturze ludowej*. W: Tegoż, *Słowo i etos*. Kraków 1992, s. 117: wyróżnił **funkcje podstawowe** fotografii: **poznawczo-prezentacyjną** (m.in. utrwalanie przedmiotów), **obrzędową** (m.in. pamiątka np. komunii), **identyfikującą** (m.in. akty tożsamości), **ideologiczną** (dokumentacja działań np. ruchu ludowego), **magiczną** (m.in. np. praktyki wróżbiarskie) oraz **funkcje wtórne**: **estetyczne**, **prestiżowe**, **ludyczne**; Zdzisław Toczyński, *Prawda w fotografii*. W: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*. Projekt i redakcja naukowa Maryla Hopfinger. Warszawa 2002, s. 49-50. Por. Maria Anna Potocka, *Fotografia. Ewolucja medium sztuki*. Warszawa 2010, s.135-156; por. Allan Sekula, *Spoleczne użycia fotografii*. Warszawa 2010, s. 14.

co widzi, odczytywał obraz dowolnie na zasadzie skojarzeń, by doznawał swoistego „olśnienia” i niekoniecznie odgadywał przesłanie zgodnie z intencją nadawcy⁹.

W fotografii dziennikarskiej natomiast prymarną jest **wartość informacyjna**, której istotą i sensem jest przekazywanie określonych treści, pochodzących z danego środowiska. Najważniejsze jest pokazanie obiektywnej, powszechnie dostępnej i sprawdzalnej informacji o prezentowanym przedmiocie. **Wartość ekspresywna** nie wywiera wrażenia artystycznego lecz uruchamia w człowieku wrażenie empatii. Po obejrzeniu fotografii dziennikarskiej odbiorca mówi, że coś mu się podoba lub nie. Dzięki fotografii prasowej czegoś się dowiaduje o realnym świecie. Fotografia tego typu dostarcza mu wiedzy, a nawet pobudza do działania. Za jej pośrednictwem widz doznaje „olśnienia”, polegającego na odkryciu zjawisk, z których sobie wcześniej nie zdawał sprawy. W fotografii dziennikarskiej nawet odrażający obraz wywołuje empatię zbudowaną – odmiennie niż w przypadku fotografii artystycznej – na wyrażonym przeżywaniu szoku, ponieważ dotyczy zjawiska mającego miejsce w prawdziwej rzeczywistości. Szok z kolei jest bodźcem wywołującym olśnienie¹⁰.

Ponieważ każdy komunikat ujawnia cechy nadawcy, to fotografia dziennikarska jako tenże zawiera również **wartość ekspresywną**. Pokazuje ona pośrednio zaangażowanie autora w prezentowane przez niego historie. Zauważa się wszelkiego rodzaju zniekształcenia, grę światła, stosowanie półcieni w celu wywołania odpowiedniego efektu, a tym samym pośredniego ukazania stosunku do fotografowanych bohaterów¹¹. Fotografia dziennikarska reprezentuje **wartość impresywną**, gdy na odbiorcy robi odpowiednie wrażenie. Ukierunkowuje ona jego uczucia, wpływa na jego sądy, przekonania, wstrząsa nim, pobudza do refleksji, wzbudza ciekawość, podziw lub odrazę.

Choć wyróżnikiem każdej fotografii jest **strona estetyczna** to w przypadku fotografii dziennikarskiej została ona zredukowana do minimum. Susan Sontag uważa nawet, że „zdjęcia słabe z artystycznego punktu widzenia mniej manipulują”¹². Jednak nie można mówić tu o braku funkcji estetycznej. Funkcja estetyczna tkwi w organizacji naddanej przekazu - chodzi o zamierzone zabiegi techniczne: operowanie kolorem, zbliżeniem, oddaleniem, sfumato

⁹ Por. Roman Ingarden, *Przeżycie, dzieło, wartość*. Kraków 1966, s. 142.

¹⁰ Por. John Berger, *O patrzeniu*. Przełożył Sławomir Sikora. Warszawa 1999, s. 55-59.

¹¹ Por. Jerzy Domagała, *Węże i kwiaty*. „Magazyn Rzeczpospolitej” nr 43 z 26. 10. 2001 roku, s. 12-19. Jerzy Domagała przywołuje opinie Krzysztofa Gierałtowskiego, który wspomina, że często zdarza mu się zniekształcać bohaterów i przedstawiać ich w różnych pozach (korzystnych lub nie) w zależności od jego sympatii i nastawienia do nich.

¹² Susan Sontag, *Widok cudzego cierpienia*. Przełożył Sławomir Magała. Kraków 2010, s. 36.

(zamglenie, zadymienie). Występuje ona przeważnie m.in. w fotofelietonie, fotoreportażu, pictorialu, wspomagając funkcję impresywną¹³.

Wartości, jakie posiada fotografia dziennikarska, wpływają na więź jaka może się wywiązać między nadawcą, podmiotem (samą fotografią), a odbiorcą. Nadawca ma zamierzony cel w swej publikacji, chce coś wyrazić, pokazać za pomocą obrazu i odpowiednich ujęć. Przemawia do odbiorcy obrazami, pokazuje swych bohaterów, kim są, podaje informacje o ich osobowości i postawach dzięki odpowiednio zarejestrowanym gestom, które czytelnik traktuje jako informacje o nich samych, ale także jako podstawę do interpretacji. Mowa ciała postaci zarejestrowanych na obrazie fotograficznym jest podstawowym sygnałem do odczytywania zawartych w nich wiadomości. Jest także, zgodnie z badaniami, podstawą do wywoływania emocji u odbiorcy, który potrafi ocenić prezentowaną sytuację dzięki mimice twarzy bohaterów, spojrzeniom postaci, gestykulacji¹⁴, ubiorom, czy nawet odpowiedniemu tłu zdarzeń.

Fotografia dziennikarska jest wreszcie dziełem dokumentalnym, pełnym znaków, oddziałujących na odbiorcę jej współczesnego, a nawet po latach, gdy na nią patrzy jest ona dla niego źródłem informacji o teraźniejszości i przeszłości, którą może - dzięki zawartym znakom i kodom - odtworzyć w swojej wyobraźni. Jako dokument ma charakter realny. Zawarte w fotografii przedstawienia są prawdziwe, a sygnały sytuacyjne wpływają w sposób zamierzony na odbiorców. Zastępuje słowo, uzmysławia zachowania różnych osób, mówi o ich fizycznych cechach (wyglądzie, atrakcyjności lub nieatrakcyjności), środowisku, w którym żyją, relacjach z innymi (gestach sympatii bądź antypatii). Ponadto wywołuje u widzów wrażenia estetyczne¹⁵, a w związku z tym jest niepowtarzalna w ujmowaniu oraz prezentowaniu rzeczywistości.

Fotografia pokazywała i pokazuje zdarzenia oraz ludzi, momentami zastępuje słowo, a jednoznacznie wskazuje miejsca i bohaterów, tak pozytywnych jak negatywnych, w faktycznym ich wyglądzie. Nie zmusza odbiorców do wyobrażania sobie danych sytuacji i postaci, ale je prezentuje w naturalny sposób.

¹³ Por. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, *Fotograficzne gatunki dziennikarskie*. Warszawa 2007, s. 43.

¹⁴ Badani przeze mnie odbiorcy (95%) odczytują zawarte na fotografiach informacje o danych osobach na podstawie ich gestów; por. także Adam Mazur, *Horyzont interpretacji: ręce mówią*. W: *Kocham fotografię. Wybór tekstów 1999-2009*. Warszawa 2009, s. 220-238.

¹⁵ Por. Jan Kurowicki, *Fotografia jako zjawisko estetyczne*. Toruń 1999.

O wartości fotografii dziennikarskiej decyduje więc przekaz informacyjny oraz estetyczny. Oceniać fotografię dziennikarską może każdy, tak samo jak każdy sięga po dany tytuł prasowy. Jednak od intelektualnej formy odbiorcy zależy wnikliwe wartościowanie i interpretacja.

Fotografia dziennikarska (poza jej podgatunkami – jakim są fotomontaż i fotokomiks)¹⁶ jest obrazem, w którym przekaz informacji nie zostaje poddany – odmiennie niż rysunek czy realistyczny obraz malarski – nieświadomemu przekształceniu. Na owo przekształcenie składają się – mimo największych zdolności i talentu autora – brak stuprocentowej precyzji w odtwarzaniu rzeczywistości oraz wyraźna subiektywność przekazu. Aparat fotograficzny w rękach fotoreportera rejestruje i utrwala świat w taki sposób jak on wygląda, obiektyw zatrzymuje się wprawdzie na sytuacjach i miejscach wybranych przez autora (tu może być podejrzenie o subiektywizm), jednak zarejestrowany obraz jest zminiaturyzowanym przekazem realności: indeksowo zapisanych postaci i zdarzeń.

Po opublikowaniu fotografii postrzeganie realności nie przebiega na płaszczyźnie wyobrażeń jak w odbiorze tekstu pisanego, bowiem to co należałoby sobie wyobrazić – po prostu widać. Fotografia jest w specyficzny sposób wyeksponowana na stronie gazety czy pisma (rzuca się od razu w oczy)¹⁷ i ekspozycja jej kształtuje nastawienie do niej odbiorców, którzy w prasie znajdują różnorodne informacje, ewidencję zdarzeń oraz dowody na to, że wyglądały one wcześniej identycznie tak jak je w momencie publikacji widzą¹⁸.

Według badań psychologów dziewięćdziesiąt procent informacji na temat otaczającej rzeczywistości dociera do ludzi za pośrednictwem wzroku¹⁹. Odbiorca zatrzymuje spojrzenie na interesującej go fotografii, a w niej na zaprezentowane zdarzenie. Informacje pozyskuje zgodnie z zasadą: „centrum”, „lewa-prawa”, „góra-dół”, „dół-góra”²⁰. Czy zagłębi się w obraz

¹⁶ Por. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej*. Kraków 2010, s. 60.

¹⁷ Por. Andrzej Kopff, *Szata graficzna gazety i ilustracja prasowa w świetle prawa*. Kraków 1970.; por. Tim Harrower, *Podręcznik projektanta gazet*. Tłumaczenie Wiesław Horabik i Zofia Domaniewska. Warszawa 2006, s. 56-57.

¹⁸ Por. Maria Anna Potocka, *Fotografia. Ewolucja medium sztuki*. Warszawa 2010, s. 45-58.

¹⁹ Peter Winterhoff-Spurk, *Psychologia mediów*. Przełożył Piotr Władyga. Kraków 2007, s. 61. Albert Mehrabian w pracy *Silent Messages – A Wealth of Information About Nonverbal Communication (Body Language)*. *Personality & Emotion Tests & Software: Psychological Books & Articles of Popular Interest*. [Los Angeles 2009](#): uważa, że dobre postrzeganie drugiej osoby i sympatia do niej (Total Liking) zależy w 55% od jej wyrazu twarzy (Facial Liking), w 7% od słów jakich używa (Verbal Liking), a w 38% od tonacji głosu (Vocal Liking).

²⁰ Por. Peter Winterhoff-Spurk, *Psychologia mediów*. Przełożył Piotr Władyga. Kraków 2007, s. 61.

pokazany na fotografii zależy od tego, kim jest i jaka jest jego – w momencie percepcji – kondycja intelektualna.

Zgodnie z teorią konkretyzacji Romana Ingardena, proces percepcji znaczeń zakłada stopniowe przechodzenie od warstw niższych ku wyższym (od brzmieniowej przez znaczeniową; dalej uschematyzowanych wyglądów, przez które przejawiają się przedmioty w dziele przedstawione; wreszcie warstwę przedmiotów przedstawionych (*sens*)²¹. Wprawdzie chodzi tu o konkretyzację dzieł literackich, jednak jej wzór odnieśmy do konkretyzacji fotografii. Pomińmy tu - z oczywistych względów - warstwę brzmieniową, którą należy zastąpić w wypadku fotografii warstwą wzrokową, skupmy się dalej na znaczeniu (uschematyzowanych wyglądach) tego, co widzi odbiorca, który w efekcie końcowym uwzględni *sens* całego przekazu.

Fotografia pokazuje wystarczający fragment zdarzenia, by była informacją zrozumiałą. W zależności od podgatunku może rejestrować wydarzenie wycinkowo, z jednego punktu widzenia (m.in. fotografia prasowa, fotofelieton,) bądź panoramicznie (fotoreportaż). Odbiorca skupia się na tym, co sam fotoreporter mu podsunął do oglądania. Z całego strumienia informacji wizualnej adresat dokonuje selekcji informacji w zależności od zainteresowań, doświadczeń, motywacji oraz organizacji. Zainteresowania każdego odbiorcy są inne. W jednej fotografii każdy znajduje coś wyłącznie dla siebie, na co innego zwraca uwagę, co innego jest dla niego ważne. Podobnie doświadczenia każdego są zróżnicowane, a percepcja wiadomości nastawiona jest niemal na równi na to, co jest już znane z tym, co nieznanne. Także motywacje czytelników są wielorakie. Postrzeganie rzeczywistości uzależnione jest od potrzeb poznania świata i zainteresowań. Im są one silniejsze, tym bardziej odbiorca skupia się na pożądanym obiekcie i z kolei mniej uwagi poświęci innym zjawiskom zawartym na obrazie. Wszystkie te czynniki sprowadzają się do odbioru ogólnego, a w konsekwencji do interpretacji, która jest wynikiem przypisywania znaczeń wybranym i uporządkowanym doznaniom, uwarunkowana jest m.in. od oczekiwań, predyspozycji i stereotypów, wreszcie pierwszego wrażenia, jakie zrobił na odbiorcy prezentowany na fotografii obraz²², który jest światem znaków realizujących się w określonej kulturze. Podstawą odbioru fotografii jest deko-

²¹ Roman Ingarden, *O poznawaniu dzieła literackiego* (1937). W: *Studia z estetyki*. T. I Warszawa 1957, s. 6-9.

²² Por. Hans Mathias Kepplinger, *Darstellungseffekte. Experimentelle Untersuchungen zur Wirkung von Pressephotos und Fernsehfilmen*. Freiburg-München 1987 oraz por. Marek Szopski, *Komunikowanie międzykulturowe*. Warszawa 2005, s. 39-53.

dowanie tych znaków, odkrywanie wartości płynących z informacji zawartych na niej, wreszcie odczytywanie sensu, czyli jak chce semiotyka, znaczeń.

Ocena i wartościowanie fotografii dziennikarskiej zależy od poziomu wiedzy i wykształcenia odbiorcy, od jego wrażliwości i spostrzegawczości. Dlatego w dużej mierze jest zawsze oceną subiektywną. Trudno o ocenę obiektywną. Stwierdził to już dano temu m.in. Henri Testelin (1616-1695) francuski malarz portrecista (portrety Ludwika XIV), sekretarz Królewskiej Akademii Malarstwa i Rzeźby, od 1656 roku jej profesor, autor książki o teorii sztuki.

„Każdy widzi naturę inaczej, zależnie od tego, jaka jest dyspozycja jego narządów i temperamentu; stąd pochodzi różnorodność smaków i rozmaitość manier. Dlatego też niepodobna sądzić o pięknie na podstawie indywidualnych skłonności, bo te są różne u różnych narodów i w różnych klimatach”²³.

Niezależnie od tego, jak kto widzi naturę i jak ją pokazuje na fotografii dziennikarskiej – jej ocena i wartościowanie będzie zależne od:

1^o – stopnia informacji - co z niej wynika, czego dowiaduje się odbiorca z fotografii, o jakie treści obraz go wzbogaca?

2^o – stopnia emocji - jakie fotografia robi na odbiorcy wrażenie (olśnienie, fenomen);

3^o – kompozycji obrazu (orientacji kadru: poziom – pion), wykorzystania planu (daleko – blisko), wydobycia koloru lub czerni i bieli, wreszcie estetyki przekazu.

Te trzy stopnie łączą się w całość i dają wyobrażenie o wiernej imitacji rzeczywistości, bowiem fotografia dziennikarska jest nie tylko podobizną rzeczy, ale przede wszystkim naśladowaniem tego²⁴, co widział fotoreporter. Wreszcie jeśli zaprezentowany przez niego obraz wpłynie na odbiorcę, który będzie miał wrażenie, że przyjmuje dane zjawisko podobnie jak nadawca – będzie świadczyło już o częściowej przynajmniej wartości prezentowanego obrazu. Będzie ona tym większa, jeśli uda się za pomocą owego obrazu wywołać w nim tyle odczuć, co sam przeżywał w momencie, gdy fotografowane zjawisko zobaczył.

²³ Za: Władysław Tatarkiewicz, *Historia estetyki*. Tom 3, *Estetyka nowożytna*. Wydawnictwo Arkady. Warszawa 1991, s. 379.

²⁴ Por. Władysław Tatarkiewicz, *Dzieje sześciu pojęć. Sztuka, piękno, forma, twórczość, odtwórczość, przeżycie estetyczne*. Warszawa 1988, s. 314.

Summary

Kazimierz Wolny-Zmorzyński

AN ASSESSMENT AND EVALUATION OF PHOTOJOURNALISM

Irrespective of who sees nature and how it is portrayed in photojournalism – its assessment and evaluation are dependent on:

1° – the degree of information – what results from this information, what does the viewer find out from this photography, how is he enriched by its message and content?

2° – the degree of emotion – what type of photographs make an impression on the viewer (a flash, phenomenon);

3° – the composition of the picture (frame orientation: horizontal – vertical) how the layout is utilized (close up – long range) the extraction of color or black and white, and finally the esthetics of the message.

These three degrees unite to form a whole and they endow the imagination with a faithful image of reality, because photojournalism is not only a likeness of something, but above all an imitation of that, which the photographer sees. Finally, if the image presented by him exerts an influence on the viewer, who will have the impression that he is receiving a description of the phenomenon similar to that of the photographer this in itself will attest to at least a part of the value of the picture which is portrayed. This value will be all the greater, if this image will evoke the same sensation in the viewer, as in the photographer when he took the picture.

RECENZJE

AUTOR: LESZEK PUŁKA

**TYTUŁ: UTRACONA PRYWATNOŚĆ. U PROGU XX WIECZNEJ EKSPANSJI
MEDIÓW. STUDIA ANTROPOLOGICZNE.**

WYDAWNICTWO: WYDAWNICTWO UNIwersYTETU WROCLAWSKIEGO.

MIEJSCE I ROK WYDANIA: WROCLAW 2010, s. 216

Książka autorstwa Leszka Pułki jest ułożona logicznie, podzielona jest na 6 rozdziałów, wzajemnie się uzupełniających. Autor uporządkował i w sposób bardzo sensowny przedstawił panoramiczny obraz zagadnień kultury XIX i początków XX wieku. Zadanie jaki sobie postawił nie było łatwe. Popatrzył na zjawiska kultury okresu przełomu wieku XIX/XX z pewnej perspektywy i dystansu, robił odnośniki do literatury okresu m.in. romantyzmu i pozytywizmu. Dokonał właściwej selekcji materiału, omówił kulturę wysoką i wskazał na kulturę masową, tak typową dla XX wieku. W sposób imponujący zapanował nad ogromem materiału, połączył wiele wątków literackich z rzeczywistymi zjawiskami medialnymi. Na uwagę zasługuje imponująca erudycja Autora, który opowiada w swej książce m.in. o nurtach kultury w filozofii i literaturze w bardzo swobodny sposób, zmuszając odbiorcę do refleksji. Sam podpowiada wiele rozwiązań, interpretuje i łączy fakty. Jest przy tym z jednej strony powściągliwy, z drugiej wyczuwa się zaangażowanie w prezentowane zjawiska. Autor, mimo ogromu materiału, jaki prezentuje, bar-

dzo swobodnie porusza się po skomplikowanych, modnych obecnie zagadnieniach dotyczących ponowoczesności, nie powiela schematów utartych i dawno odkrytych. Leszek Pułka zaproponował świeże odczytanie zjawisk kultury okresu przełomu, w którym to czasie dochodziło do zderzenia tradycji z nowoczesnością, która nowoczesnością już obecnie nie jest (wynalazek m.in. kolei, maszyn parowych, fotografii, filmu, potem telewizji, itd.).

Książka Leszka Pułki jest pierwszą i jedyną jak do tej pory na polskim rynku wydawniczym publikacją, która łączy w sobie omówienie zagadnień kultury wysokiej i masowej, literatury i mediów. Autor udowadnia – i trudno się z Nim nie zgodzić – że pozbawienie prywatności nie jest wyróżnikiem wyłącznie współczesności. Do „utrąty prywatności” przyzwyczajali nas od dawna pisarze minionych epok, tylko że odbiorcy tego, albo nie chcieli zauważyć, albo faktycznie nie zauważali. Dostrzegł to Leszek Pułka, który w końcowym fragmencie omawianej publikacji podkreśla: *przeprowadzone w tej książce analizy udowodniły tezę niezbyt wyszukaną na tle*

ówczesnych burzliwych przemian historycznych – oto pożegnanie prywatności, tego co dałoby się zamknąć w formule dominacji w kompletnym, spełnionym życiu człowieka czterech atrybutów (hortus, habitus, spiritus, domus), toczyło się tak z rytmem epoki, jak i na przekór temu rytmowi.

Na obrzeżach cywilizacji technicznej przemiany uczestników klasycznej antroposfery w nowoczesną publiczność mediów, w gruncie rzeczy, owe burze ominęły. Był to proces ostatecznie traconej prywatności – ciągły, choć pełen zwrotów akcji oraz namiętny, choć łagodzony rytami i praktykami wiary. Każde przyglądanie się ponętnemu światu mody i mediów w mieście, peregrynacje międzykulturowe czy wymiana opinii rodu na opinię publiczną oznaczało swoiste wyłączenie warstwy dawnych obrazów. Ukształtowanie nowoczesnego wojeryzmu wyeliminowało z praktyk komunikacyjnych rolę habitusu na rzecz wspólnot incydentalnych lub – trwalszych – środowiskowych. Przepadł hortus, ludowa czasoprzestrzeń, ukształtowana przez wyobraźnię zbiorową i pracę dla wspólnoty rodów. A z nimi mity, umożliwiające poprzez obrzędy magiczne, baśnie i pieśni uzyskanie

konsensusu z zewnętrznym światem. Skoro media unieważniły powagę rytualnego przekroczenia granic i dorastania do pełnionej roli w konkretnej, biologicznej i społecznej czasoprzestrzeni płci, statusu społecznego czy upostaciowania wzoru, duch ludzki, ów spiritus gromady już nie postaciował tak kategorycznie kultury, której należało sprostać, by wypełnić wzór.

To, że przeszłość kultury zdecydowanie należy do cywilizacji technicznej, było oczywiste już na początku XX w. To, że nie wszyscy muszą w niej uczestniczyć, nie jest oczywiste do dzisiaj.

Książka Leszka Pułki to bardzo cenna publikacja, która już służy z powodzeniem – jak się zorientowałem - studentom dziennikarstwa, polonistyki i kulturoznawstwa, porządkuje wiedzę na temat zachodzących zjawisk minionych epok.

Książka „Utracona prywatność” napisana jest poprawną polszczyzną. Wywód jest klarowny, czyta się ją z dużym zainteresowaniem, nie ma w niej naukowej nudy, bowiem Autor napisał ją z pasją znawcy przedmiotu.

Kazimierz Wolny-Zmorzyński

AUTORZY: RAFAŁ ZIMNY, PAWEŁ NOWAK

TYTUŁ: SŁOWNIK POLSZCZYZNY POLITYCZNEJ PO ROKU 1989

WYDAWNICTWO: WYDAWNICTWO NAUKOWE PWN

MIEJSCE I ROK WYDANIA: WARSZAWA 2009. S. 359.

Mordo ty moja!, ciamciaramcia, bura suka, Słońce Peru, ścierwojady, Irasiad, przystawki, szorstka przyjaźń, trzeci bliźniak, goleń prawa, józiolenie, dyplomatolki, maybach Rydzyka, moherowa koalicja, Włoszczowa, małpa w czerwonym i kurwiki w oczach – to tylko niektóre hasła ze „Słownika polszczyzny politycznej po roku 1989”. Rafał Zimny i Paweł Nowak przedstawili w nim najważniejsze toposy medialno-polityczne, hasła, zdania, inwektywy, bon moty i lapsusy językowe polityków, które w ciągu ostatnich 20 lat weszły do repertuaru wystąpień publicznych i uskrzydliły nasze codzienne mówienie.

Parlamentarzyści, ministrowie, działacze partyni wiedzą, że nie tylko ich kompetencje, ale przede wszystkim ich słowa zapisują się w pamięci odbiorców-wyborców. Dlatego tak chętnie używają oryginalnych, często kontrowersyjnych, określeń, które w świecie nowych mediów skuteczniej i szybciej dadzą im popularność niż przygotowywane ustawy.

Bo Polacy są jednym z najbardziej rozpolitykowanych narodów Europy i świata. „Fora internetowe, portale społecznościowe, blogi, SMSy, MMSy pełne są poważnych i żartobliwych, oryginalnych i banalnych, życ-

liwych i krytycznych, łagodnych i agresywnych wypowiedzi dotyczących działań rządu, zachowań polityków, nadziei i niepokojów związanych z polską rzeczywistością polityczną” (s. 10). Te właśnie wypowiedzi, a przede wszystkim teksty politycznych wystąpień komentowanych w mediach, były przedmiotem lingwistycznej analizy, zwieńczonej tak udanym Słownikiem.

Najobszerniejszą i najważniejszą jego częścią są hasła przedmiotowe, będące rejestracją i analizą najciekawszych, zdaniem Autorów, „symboli politycznych, które na stałe przeniknęły do polszczyzny ogólnej” (s. 11).

Wyraz hasłowy i jego ewentualne warianty leksykalne, które pojawiają się na początku każdego opisu, są objaśniane przez kategoryzację (przypisanie ich do określonego mechanizmu językowego), np. *borowik - żartobliwy derywat aluzyjny utworzony od skrótowca BOR (Biuro Ochrony Rządu), oznaczający funkcjonariusza tych służb* (s. 41); lingwistyczną analizę semantyczną (objaśnienie znaczenia), np. *Borubar - zniekształcona fonetycznie wersja nazwiska Artura Boruca, piłkarza reprezentacji Polski, której rzekomo użył Lech Kaczyński. (...) To quasi-słowo spopularyzowały me-*

dia, nadając mu dodatkowe znaczenie 'niezrozumiała wypowiedź/ niezrozumiałe zachowanie'(s. 42); oraz, jeśli zachodzi taka potrzeba, analizę kontekstową (opis sytuacji, czasu i wskazanie autora tego wyrażenia), np. Chamstwo, chamstwo, chamstwo - słowa Andrzeja Leppera, przewodniczącego Samoobrony, będące reakcją na odwołanie go (...) z funkcji wicepremiera (s. 49).

Oprócz lingwistycznej i kontekstowej analizy, przy każdym hasle podawane są kolejne znaczenia wyrażenia, przedstawiane jego zastosowania, czy też powiązania z innymi hasłami, np. eufemistyczne wyrażenia *filipińska choroba, filipiński wirus, filipińska zaraza* nabrały znaczenia przenośnego 'stan upojenia alkoholowego' i dołączyły w dyskursie medialno-politycznym do takich określeń, jak: *goleń prezydencka i pomroczość jasna (s. 77).*

Hasła różnią się językiem opisu. W wypadku wyrażen bardzo znanych jest on stricte naukowy, ale gdy hasło jest rzadziej używane, to etymologia i kontekst jego powstania jest najważniejszą częścią opisu, który przypomina bardziej wykład popularnonaukowy.

Język właśnie jest jednym z najważniejszych atutów tej publikacji, chociaż zdarzają się małe potknięcia, np. w *dniu 21 września 2006 r.* (s. 49), jednak nie utrudniają one lektury i nie rzutują na kształt językowy pracy.

Swoboda stylu i lekkie pióro Autorów sprawiły, że tę naukową na wskroś publikację czyta się z ogromną przyjemnością, niczym słowniki Władysława Kopalińskiego, pełne

dygresji i dykteryjek. Oto w jaki sposób Autorzy Słownika tłumaczą, czym w dyskursie politycznym były *Bezy Jolanty Kwaśniewskiej*: „topos medialno-polityczny, mający kilka reprezentacji leksykalnych (głównie *jeść bezę łyżeczką*), związany z tym, że Jolanta Kwaśniewska – małżonka Aleksandra Kwaśniewskiego – prowadziła po zakończeniu jego kadencji prezydenckiej program telewizyjny w stacji TVN Style poświęcony zasadom *savoir-vivre'u*, w którym demonstrowała m.in. w jaki sposób należy konsumować ptysia za pomocą łyżeczki. O *nauce jedzenia bezy łyżeczką* mówił w sposób ironiczny, prześmiewczy i deprecjonujący zarozumiałstwo oraz nową pracę byłej prezydentowej Józef Oleksy w rozmowie z Aleksandrem Gudzwatym, dlatego polszczyzna polityczna utrwaliła przekonanie, że ciastko było bezą, a nie ptysiem. W odbiorze publicznym zachowanie to odebrano (...) jako wyniosłe i uznano je za symbol odcinania się elit od społeczeństwa” (s.38)

Żartobliwy ton analizowanych haseł, liczne dygresje w ich opisie, komiczność przypominanych sytuacji – to wszystko sprawia, że lektura Słownika staje się rozrywką, fantastyczną i pouczającą zabawą językową.

Wybór haseł do tego typu publikacji jest wyborem bardzo trudnym i ryzykownym, bo wiąże się z zarzutem stronniczości. Autorzy starają się nie ujawniać swoich sympatii politycznych. Z jednakową surowością traktują błędy językowe polityków wszystkich ugrupowań, z życzliwym uśmiechem przypominają wpadki i „skrzydlate słowa”, których autorami

byli przedstawiciele PiS (*ciemny lud to kupi*), PO (*podróż życia*), SLD (*pan jest zerem*), PSL (*Sio!*), Samoobrony (*Balcerowicz musi odejść*) czy LPR (*wstrętni pederasci*).

Oprócz 370 haseł przedmiotowych w słowniku znalazło się 26 haseł problemowych, zawierających informacje o procesach i mechanizmach językowych (takich jak etykietowanie, dyskredytacja, manipulacja, itp.). To niezbyt obszerne artykuły, pozwalające zrozumieć zasady rządzące współczesną polszczyzną polityczną. Hasła te uzupełnione są podstawową bibliografią dotyczącą omawianego zjawiska. Dość skromny (symboliczny wręcz) wykaz literatury naukowej poświęconej językowi polityki znajduje się na końcu książki, tuż przed indeksem omówionych w słowniku wyrażań. Drugim dodatkiem, który ma pomóc czytelnikowi w szybkim i sprawnym poruszaniu się po Słowniku, jest aneks nazwiskowy, prezentujący autorstwo niektórych „skrzydlatych słów” opisanych w publikacji.

Autorzy Słownika pokazali jak analizowane hasło funkcjonuje w konkretnych tekstach, publikowanych w gazetach czy Internecie, wypowiedziach radiowych i telewizyjnych, których fragmenty przytoczone zostały w opisach. Czasem aż śmiesznie, wręcz satyrycznie, brzmi naukowy komentarz do powszechnie znanych i obśmianych publicznie sformułowań, jak np. *kurwiki w oczach*: „Uzus medialno-polityczny oprócz samego wyrazu *kurwiki* utrwalił także frazeologizm *mieć w oczach kurwiki* używany na prawach cytatu jako symbol braku klasy, złych manier, nieznajomości

zasad dobrego wychowania. Jako ciekawostkę dokumentującą popularność *kurwików* można potraktować fakt, że właściciel pewnego ogródka letniego w Warszawie wprowadził do menu pozycję o nazwie *kurwiki*. Były to... grillowanie plastry cukinii z serem (s. 130).

Tak właśnie - z przymrużeniem oka, a zrazem z imponującą naukową precyzją, przypomniane zostały najważniejsze chwytły retoryczne i erystyczne polskiej polityki ostatnich 20 lat. W wyrazach zapisane są dzieje ludzi, którzy nimi się posługiwali. Fascynująca różnorodność haseł sprawia, że Słownik staje się niezwykle ciekawym zapisem historii najnowszej. Nietuzinkowym i oryginalnym źródłem inspiracji dla copywriterów i spin doktorów, polityków i rzeczników prasowych, dziennikarzy oraz wszystkich obserwatorów i komentatorów życia politycznego.

Trzeba pamiętać jednak, że Słownik ten nie reprezentuje całej polszczyzny politycznej, a koncentruje się głównie na lapsusach i inwektywach. Nie znajdziemy w nim tak fundamentalnych haseł dla języka polityki, jak: ojczyzna, naród, wolność, społeczeństwo obywatelskie. Znajdziemy to, co z publicznych wystąpień polityków wyłowiły i zarejestrowały media. To, z czego śmiali się w ostatnich latach publicyści, co wykpiwały tabloidy. Mamy więc do czynienia z małym fragmentem politycznej polszczyzny, tym gorszym, choć czasem śmiesznym.

Niemniej jednak, analiza zaproponowana przez P. Nowaka i R. Zimnego zaciekać może studentów, politologów i medioznawców, ale

także dla wszystkich, którzy interesują się polityką i próbują zrozumieć emocje rządzące

polską sceną polityczną po Okrągłym Stole.

Magdalena Hodalska

AUTOR: JOANNA PODSADECKA

**TYTUŁ: GEN RYZYKA W SOBIE MIAŁ..... O JERZYM TUROWICZU
OPOWIADAJĄ: KS. ADAM BONIECKI, JÓZEFA HENNEŁOWA,
KRZYSZTOF KOZŁOWSKI, ADAM MICHNIK, JOANNA OCHOJ-
SKA-OKOŃSKA, ANNA SZAŁAPAK, ANDRZEJ SZCZEKLIK, STE-
FAN WILKANOWICZ. LITERATURA FAKTU PWN.**

WYDAWNICTWO: WYDAWNICTWO NAUKOWE PWN SA.

MIEJSCE I ROK WYDANIA: WARSZAWA 2012, SS. 224.

W bieżącym roku kalendarzowym obchodzimy setną rocznicę urodzin Jerzego Turowicza. Na jego progu ukazała się ważna publikacja autorstwa Joanny Podsadeckiej poświęcona temu wielkiemu, mądrymu Człowiekowi i znakomitemu dziennikarzowi, który zmarł 27 stycznia 1999 roku w Krakowie. To swoisty, barwny portret redaktora naczelnego „Tygodnika Powszechnego”, namalowany żywym słowem przez Jego najbliższych przyjaciół, z którymi m.in. tworzył za życia „Tygodnik”, w których towarzystwie dobrze się czuł, którzy także podziwiali Go za mądrość i rozsądne podejście do życia oraz życzliwość dla ludzi. Obdarowywał ich w zamian dobrym, ciepłym uśmiechem.

Książka Joanny Podsadeckiej to zbiór rozmów, z których wyłania się postać Jerzego Turowicza od lat młodości, przez wiek dojrzały do jesieni życia. Joanna Podsadecka, posiada-

jąca bardzo bogatą wiedzę o bohaterze, nie tylko stawia pytania swoim rozmówcom o życie Turowicza, ale podsuwa im fragmenty jego listów, publikacji, opinii na rozmaite tematy, by rozwijali myśl Mistrza, interpretowali ją. Tym sposobem mamy do czynienia nie ze zwykłym wywiadem, rozmową, ale znakomitą lekcją, udowadniającą, że rozmówcami nie są osoby przypadkowe, ale postaci świetnie rozumiejące przesłanie redaktora Jerzego Turowicza. Książka Podsadeckiej jest świadectwem przyjaźni, zrozumienia, wychodzenia sobie naprzeciw w trudnych czasach okresu Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej i czasu transformacji systemowej po 1989 roku w gronie dziennikarzy „Tygodnika Powszechnego”. To także dokument wierności ideałom, rzetelnej pracy, honorowej postawy, wzór do naśladowania jak się zachować, którą drogą pójść (nawet tą najbardziej niewygodną, pod stromą górę), by

nie stracić twarzy, to świadectwo stawiania wartości moralnych ponad wartości materialne.

Dodatkową wartością książki jest sztuka prowadzenia rozmowy przez Joannę Podsadecą, umiejacą dotykać trudnych tematów w sposób niezwykle elegancki, bez narzucania się rozmówcy, ale zachęcając go do wynurzeń. Joanna Podsadeca świetnie się przygotowała do rozmowy ze swymi interlokutorami. Zna doskonale fakty z życia Jerzego Turowicza i zna Jego twórczość publicystyczną, ale się z tym nie obnosi w czasie rozmów, ani nie krępuje osób udzielających wywiady, wie, że one są najważniejsze, tak samo jak najważniejszy jest Ten, o którym oni opowiadają.

Kazimierz Wolny-Zmorzyński

NOTY O AUTORACH

Bogusław Nierenberg prof. UJ dr hab. - dyrektor Instytutu Kultury na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

Denis Porto Reno prof. dr - periodista, magister y doctor en Comunicación Social por la Universidade Metodista de São Paulo (Brasil) y postdoctorado en Periodismo Transmedia por el depto Periodismo II de la Universidad Complutense de Madrid, desarrolla investigación postdoctoral sobre el tema *Touch* Hiperperiodismo por el depto de Comunicacao e Artes de la Universidade de Aveiro (Portugal). Es profesor asociado de carrera del Programa de Periodismo y Opinión Pública de la Escuela de Ciencias Humanas, Universidad del Rosario (Colombia). Es miembro-fundador de la Red Transmediaticos, Red INAV y Red ICE – Información, Comunicación y Educación. Teléfono: 313 830 5881. E-mail: denis.porto.reno@gmail.com

Mateusz Zimnoch lic. - student I SUM Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

Joanna Kędra mgr - Department of Communication, University of Jyväskylä, Finland.

Kazimierz Wolny-Zmorzyński prof. UJ dr hab. - kierownik zakładu Genologii Dziennikarskiej i Komunikacji Wizualnej w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

Magdalena Hodalska dr - adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

